

**ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN PENGGUNA MEDIA
SOSIAL (STUDI PADA PENGGUNA FACEBOOK, TWITTER
DAN WEBSITE YOUTH PROACTIVE)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



SINTA DWI PUTRI

1131003009

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

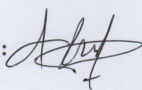
2017

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Sinta Dwi Putri

NIM : 1131003009

Tanda Tangan : 

Tanggal : 20 Februari 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Sinta Dwi Putri

NIM : 1131003009

Program Studi : Ilmu Komunikasi

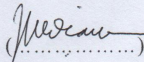
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Analisis Perbedaan Kepuasan Penggunaan Media Sosial (Studi Pada Media Sosial Facebook, Twitter dan Website Youth Proactive)

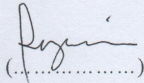
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PEMBAHAS


Pembimbing 1 : Mirana Hanathasia S.Sos, MMediaPrac


(.....)

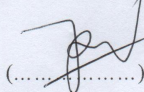
Pembimbing 2 : Aurino Rilman Djamaris Ir. M.M.


(.....)

Penguji 1 : Dianingtyas Putri, S.Sos., M.Si.


(.....)

Penguji 2 : Eli Jamilah Mihardja, M.Si, Ph.D


(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 17 Maret 2017

HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Analisis Perbedaan Kepuasan Penggunaan Media Sosial (Studi Pada Media Sosial Facebook, Twitter dan Website Youth Proactive).” Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk melaksanakan tugas akhir Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak, baik dukungan moral maupun material. Oleh karena itu, izinkanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak tersebut, di antaranya:

1. Ibu Suharyanti M.S.M selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie atas bimbingan serta pengajarannya selama 4 tahun peneliti menimba ilmu.
2. Ibu Mirana Hanathasia S.sos, MMediaPrac dan Bapak Aurino R Djamaris Ir. M.M selaku pembimbing tugas akhir atas segala bimbingan dan arahnya baik selama penulis menjalani pendidikan S-1 di Universitas Bakrie khususnya selama pengerjaan penelitian tugas akhir penulis;
3. Miss Dianingtyas Putri, S.Sos., M.Si dan Eli Jamilah Mihardja, M.Si, Ph.D. selaku dewan penguji saat sidang skripsi atas arahan, kritik, dan saran untuk seluruh perbaikan tugas akhir yang sedang peneliti lakukan.
4. Mas Aryo S Eddyono selaku pembimbing akademik penulis selama menempuh pendidikan S-1 di Universitas Bakrie yang senantiasa memberi bimbingan, dukungan, dan perhatian kepada perkembangan akademik penulis.
5. Seluruh staff pengajar dan administrasi Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis serta mendukung dan membantu penulis selama masa perkuliahan dan dalam proses penyusunan tugas akhir ini.

6. Orangtua dan seluruh keluarga penulis yang senantiasa mendukung dan mendoakan penulis selama menjalani pendidikan S-1 di Universitas Bakrie dan selama penyusunan tugas akhir ini.
7. Teman-teman Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2013 yang selalu memberikan dukungan dan semangat satu sama lain. Terima kasih telah menjadi bagian dari cerita beberapa tahun masa perantauan penulis untuk menimba ilmu, terima kasih telah menjadi teman yang baik.
8. Teman-teman peminatan Komunikasi Korporat angkatan 2013 yang merupakan teman seperjuangan selama perkuliahan yang penuh kisah suka dan duka. Semoga ilmu yang kita dapatkan dapat bermanfaat dan semoga pertemanan baik diantara kita dapat dan selalu terjalin erat.
9. Achmad Ryno Putraritama yang selalu mendukung saya tidak hanya dalam penyusunan tugas akhir ini, terimakasih telah mewarnai masa perkuliahan saya dengan suka cita yang dijalani bersama
10. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak untuk menyempurnakan tugas akhir ini. Atas perhatiannya, penulis mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 17 Maret 2017

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sinta Dwi Putri
NIM : 1131003009
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi - Kuantitatif

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti NonEksklusif (Non-Exclusive Royalty-Fee Right)** atas karya ilmiah saya berjudul :

“Analisis Perbedaan Kepuasan Penggunaan Media Sosial (Studi Pada Media Sosial Facebook, Twitter dan Website Youth Proactive)”.

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti NonEksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 24 Februari 2017

Yang Menyatakan



(Sinta Dwi Putri)

ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN PENGGUNA MEDIA SOSIAL
(STUDI PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK, TWITTER DAN WEBSITE
YOUTH PROACTIVE)

Sinta Dwi Putri*

ABSTRAK

Youth Proactive adalah komunitas yang melibatkan anak muda untuk berpartisipasi secara aktif dalam upaya pemberantasan korupsi. Dalam hal ini, Youth Proactive mengoptimalkan media sosial sebagai salah satu media penyampaian pesan. Penelitian ini berfokus mengukur perbedaan kepuasan pada pengguna media sosial antara lain Facebook, Twitter, dan Website dengan menggunakan konsep *uses and gratification theory* milik Elulu Katz, Jay G. Blumer, dan Michael Gurevitch. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, dengan uji validitas *Bivariate Pearson* dan reliabilitas *Alpha Cronbach*. Data yang digunakan diperoleh dari survei berupa kuesioner kepada 150 pengguna media sosial yang juga merupakan jejaring aktif komunitas Youth Proactive. Hasil uji menggunakan *One Way Anova* menggunakan SPSS menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kepuasan antara ketiga media tersebut. Kemudian hasil uji lanjutan *Post-Hoc* dengan metode *Tukey Test* membagi tingkat kepuasan penggunaan media menjadi dua kelompok. Kelompok pertama yaitu media sosial Twitter dengan rata-rata kepuasan yang berbeda dan paling kecil. Sedangkan kelompok dua adalah kelompok dengan rata-rata yang sama yaitu media sosial Facebook dan Website. Dapat disimpulkan bahwa media sosial yang memiliki perbedaan nilai rata-rata kepuasan ialah media sosial Twitter, sedangkan tidak terdapat perbedaan kepuasan yang signifikan antara media sosial Facebook dan Website.

Kata kunci: media sosial, motivasi, kepuasan, teori *uses and gratification*.

*ANALYSIS OF DIFFERENCES IN SOCIAL MEDIA USER SATISFACTION
(STUDY OF YOUTH PROACTIVE SOCIAL MEDIA: FACEBOOK, TWITTER
AND WEBSITE)*

Sinta Dwi Putri*

ABSTRACT

Youth Proactive is a community which involves young people to participate actively in efforts to combat corruption. Youth Proactive optimize social media as a medium to deliver message. This study focuses on measuring the difference in the satisfaction of social media users include Facebook, Twitter, and Website by using uses and gratification theory from Eluhu Katz, Jay G. Blumer, and Michael Gurevitch. This research uses descriptive quantitative approach, with Pearson Bivariate for validity test and Alpha Cronbach for reliability test. The data used was obtained from a questionnaire survey to 150 social media users which is also an active network of Youth Proactive community. One Way Anova test result using SPSS shows that there are differences in satisfaction between the three media. The results of further Post-Hoc test using Tukey Test method divides the satisfaction level of media uses into two groups, the first is Twitter with different and lowest satisfaction level.. While the second are the groups with the same level of satisfaction that are Facebook and Website. It can be concluded that social media which have different average value of satisfaction is Twitter, while there was no significant difference in satisfaction between social media Facebook and Website.

Keywords: social media, motivation, satisfaction, uses and gratification theory.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.1 Manfaat Praktis.....	9
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	10
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Teori	16
2.2.1.1 <i>Cyber Public Relation</i> (PR)	16
2.2.1.2 <i>New Media</i>	17
2.2.1.3 Media Sosial Sebagai <i>New Media Cyber PR</i>	18
2.2.2 Penggunaan Media (<i>Media Use</i>).....	21
2.2.3 Pendekatan <i>Uses and Gratification</i>	23
2.2.3.1 <i>Gratification Sought</i> (Motivasi).....	25
2.2.3.2 <i>Gratification Obtained</i> (Kepuasan).....	27
2.2.3.3 <i>Disparency Gratification</i>	28
2.3 KerangkaTeori	29
2.4 Hipotesis.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	31
3.2 Objek Penelitian dan Subjek Penelitian	31
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	34

3.4.1 Sumber Data	34
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konseptual	36
3.5.1 Definisi Konseptual	36
3.5.2 Operasionalisasi Konseptual	37
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	40
3.6.1 Uji Validitas	40
3.6.2 Uji Reliabilitas	40
3.7 Teknik Analisis Data.....	41
3.7.1 Analisis Univariat.....	41
3.7.2 Analisis Perbandingan (Komparatif).....	42
3.8 Keterbatasan Penelitian.....	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	43
4.1.1 Tentang Transparency International Indonesia.....	43
4.1.2 Tentang Komunitas Youth Proactive.....	44
4.2 Hasil Penelitian.....	47
4.2.1 Karakteristik Responden.....	47
4.2.2 Uji Instrumen Penelitian.....	53
A. Uji Validitas.....	53
B. Uji Reliabilitas.....	56
4.3 Uji Analisis Data.....	57
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	57
4.3.2 Analisis Komparatif.....	72
A. Hasil Uji One Way Anova.....	72
B. Hasil Uji Post-Hoc Tukey.....	76
4.4 Pembahasan	77
4.4.1 Motivasi (Gratification Sought).....	77
4.4.2 Kepuasan (Gratification Obtained).....	82
4.4.3 Perbedaan Tingkat Kepuasan Media Sosial Youth Proactive.....	86

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	91
5.2 Saran.....	92
5.2.1 Saran Akademis.....	92
5.2.2 Saran Praktis.....	93
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	12
Tabel 3.1	Operasionalisasi Konseptual	38
Tabel 4.1	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	48
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Frekuensi Akses..	51
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Waktu Akses.....	52
Tabel 4.6	Uji Validitas Media Sosial Facebook.....	54
Tabel 4.6	Uji Validitas Media Sosial Twitter.....	54
Tabel 4.6	Uji Validitas Media Sosial Website.....	55
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas Variabel Motivasi.....	56
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan.....	57
Tabel 4.11	Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi (Facebook).....	58
Tabel 4.12	Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan (Facebook).....	60
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi (Twitter).....	62
Tabel 4.14	Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan (Twitter).....	65
Tabel 4.15	Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi (Website).....	63
Tabel 4.16	Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan (Website).....	69
Tabel 4.17	Nilai Mean Rata-Rata Semua Variabel.....	72
Tabel 4.18	Hasil Test of Homogeneity of Variance.....	69
Tabel 4.19	Hasil Descriptive Uji One Way Anova.....	74
Tabel 4.20	Hasil Uji One Way Anova.....	74
Tabel 4.21	Hasil Uji Post-Hoc Tukey.....	76
Tabel 4.21	Hasil Uji Post-Hoc Tukey.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.3. Alasan Mengakses Internet di Indonesia	6
Gambar 2.1 <i>Expectancy-value model of media gratification</i>	24
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 3.1 Tampilan Facebook Youth Proactive.....	32
Gambar 3.2 Tampilan Twitter Youth Proactive.....	32
Gambar 3.3 Tampilan Website Youth Proactive.....	33
Gambar 4.1 Logo Transparency International Indonesia.....	43
Gambar 4.1 Logo Youth Proactive.....	45

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	48
Grafik 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Grafik 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Grafik 4.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Frekuensi Akses..	51
Grafik 4.5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Waktu Akses.....	53
Grafik 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi (Facebook).....	59
Grafik 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan (Facebook).....	61
Grafik 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi (Twitter).....	63
Grafik 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan (Twitter).....	66
Grafik 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi (Website).....	68
Grafik 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan (Website).....	71
Grafik 4.12 Nilai Mean Rata-Rata Dalam Grafik.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel Hasil Uji Menggunakan SPSS.....	96
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	110
Lampiran 3 Biodata Peneliti.....	120