



**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *TWITTER*
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN
INFORMASI YANG BERKUALITAS
(Survei pada *Followers Official Account @Uniqloindonesia*)**

SKRIPSI

**LITA ANTASARI
1210411131**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2016**



**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *TWITTER*
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN
INFORMASI YANG BERKUALITAS
(Survei pada *Followers Official Account @Uniqloindonesia*)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

LITA ANTASARI

1210411131

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2016**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Lita Antasari
NRP : 1210411131
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu politik
Tanggal : 26 Juli 2016

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 26 Juli 2016

Yang menyatakan



(Lita Antasari)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lita Antasari
NRP : 1210411131
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Penggunaan Media Sosial *Twitter* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Yang Berkualitas (Survei pada *Followers Official Account @Uniqloindonesia*)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 26 Juli 2016
Yang menyatakan,



(Lita Antasari)

PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan :

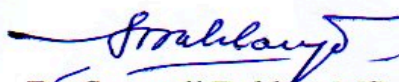
Nama : Lita Antasari

NRP : 1210411131

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial *Twitter* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Yang Berkualitas (Survei pada *Followers Official Account @UniqloIndonesia*)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Prgram Studi Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.



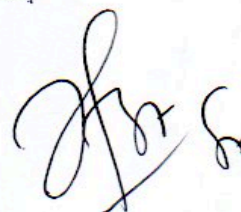
Dr. Sumardi Dahlan, MS

Ketua Penguji



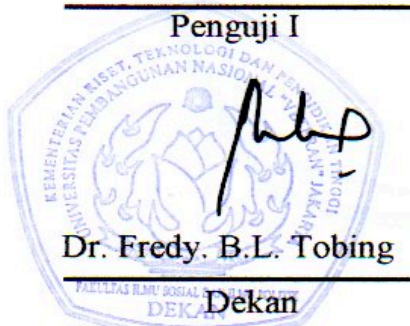
Dr. Retno Dyah Kusumastuti

Penguji I



Dr. Ilona V. Oisina Situmeang, M.Si

Penguji II (Pebimbing)



Dr. Fredy. B.L. Tobing

Dekan



Damayanti, S.Sos, M.Si

Ka. Prodi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 19 Juli 2016

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TWITTER TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI YANG BERKUALITAS

(Survei pada *Followers Official Account @Uniqloindonesia*)

Lita Antasari

Abstrak

Latar belakang, perubahan gaya hidup membuat masyarakat sangat membutuhkan informasi mengenai hal-hal yang dapat mempengaruhi penampilannya dalam sehari-hari yaitu pakaian. Dengan perkembangan teknologi yang ada Uniqlo Indonesia memanfaatkan media sosial untuk memberikan informasi mengenai perusahaannya yang dapat berdampak pada pemenuhan kebutuhan informasi yang berkualitas. **Tujuan Penelitian** untuk mengukur besaran pengaruh penggunaan media sosial *twitter* sebagai pemenuhan kebutuhan informasi yang berkualitas. **Tinjauan pustaka** komunikasi massa, media baru, *public relations*, pengaruh, media *Twitter*, pemenuhan kebutuhan informasi yang berkualitas, teori *uses and gratifications*. **Metodologi Penelitian** menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis penelitian eksplanatif, dan metode penelitian survei. Populasi penelitian ini adalah *followers official account @Uniqloindonesia* sebanyak 65.500 dengan sampel penelitian 100 dari rumus yamane. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengaruh, media baru, pemenuhan kebutuhan informasi yang berkualitas. **Hasil Penelitian** uji korelasi, nilai r sebesar 0,610 terdapat hubungan yang positif yang kuat. Uji regresi, nilai positif sebesar 19,466. Sedangkan pemenuhan kebutuhan informasi yang berkualitas hanya sebesar 0,422. Uji t diperoleh nilai sebesar 7,652 > dari t tabel sebesar 1,980 ($100 - 2 = 98$ dengan tingkat signifikan 5% adalah 1,980) maka H_a diterima H_o ditolak. **Saran** meningkatkan intensitas dalam mengunggah informasi baik berupa tulisan, foto maupun video yang menarik.

Kata kunci : Media Sosial, *Twitter*, Pemenuhan Kebutuhan Informasi

THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA TWITTER USAGE TO MEET THE NEEDS OF QUALITY INFORMATION (Survey from Followers Official Account @Uniqloindonesia)

Lita Antasari

Abstract

Background, lifestyle changes make people need of information about thing that can influence daily appearance that is clothes. With the development of the technology Uniqlo Indonesia utilizing the use of social media twitter to provide information about the company that could have an impact to meet the needs information that has certain quality for followers. **Purpose** of this research is to measure the magnitude of the use of sosial media twitter as meet the need information that have certain quality. **Literature** review from mass communication, new media, public relations, impact, social media Twitter, meet the needs information that have certain quality, and theory of uses and gratifications. **Methods of research** are using quantity approach, explanative research, and research trough survey. The population of this research are the followers from twitter official account of @Uniqloindonesia as much as 65.500 with 100 research sample from Yamane formula. The concept uses in this research are the impacts, new media, and the needs of quality information. **The results** of the correlation study, the r value are 0,610 that consist of strong and positive relationship. For regression test, the positive value are 19,466. While the needs of quality information are 0,422. The value of t test obtained 7,652 > from t table as much as 1,980 ($100 - 2 = 98$ with a significant degree of 5% are 1,980) and then H_a is accepted and H_o is ignored. **Advice** increase the intensity of uploading information such interesting text, photo, or video.

Keywords : Social Media, Twitter, Meet The Needs Of Quality Information

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada ALLAH SWT yang telah memberikan segala rahmat serta karuniaNya, Skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *TWITTER* TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI YANG BERKUALITAS (Survei pada *Followers Official Account @UniqloIndonesia*)”** dapat selesai dengan baik dan tepat pada waktu yang telah ditentukan. Berbagai hambatan serta kesulitan telah penulis hadapi, namun semuanya dapat penulis lalui berkat dorongan dan disemangati banyak pihak yang sangat membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Oleh karena itu penulis menyampaikan rasa terima kasih yang dalam kepada Dr. Ilona V. Oisina selaku dosen pembimbing skripsi yang sudah memberikan masukan dan arahan yang baik. Ibunda, Ayahanda, dan keluarga besar saya yang selalu mendoakan dan mendukung secara moral dan materil. Sahabat - sahabat saya yang selalu membantu dan mendukung saya yaitu Zara Alisandra, Rosa Tri Utami, Nurannisa Fajrin, Yara Aprilia, Anisa Triselina, Zita Ramadhani, Khairunisya, Andini Fitriani, Andhieka Shielawati, Yolanda Irsyad, Debie Sonia.

Jakarta, 29 Maret 2016

Penulis

(Lita Antasari)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	7
I.3 Tujuan Penelitian	7
I.4 Manfaat Penelitian	7
I.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
II.1 Komunikasi Massa	9
II.2 Definisi Media Baru	10
II.3 <i>Public Relations</i>	10
II.4 Pengaruh	12
II.5 Penggunaan Media Baru	13
II.6 <i>Media Twitter</i>	13
II.7 Pemenuhan Kebutuhan Informasi	15
II.8 <i>Teori Uses and Gartifications</i>	16
II.9 Kerangka Berfikir	17
II.10 Hipotesis Penelitian	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	19
III.1 Pendekatan Penelitian	19
III.2 Jenis Penelitian	19
III.3 Metode Penelitian	19
III.4 Populasi dan Sampel	20
III.5 Teknik Penarikan Sampel	21
III.6 Teknik Pengumpulan Data	21
III.7 Operasional Variabel	22
III.8 Teknik Analisis Data	25
III.9 Waktu dan Tempat Penelitian.....	31

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	32
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	32
IV.2 Analisis Penelitian	36
IV.3 Uji Korelasi.....	61
IV.4 Uji Koefisien Determinasi	62
IV.5 Uji Regresi	63
IV.6 Uji Hipotesis	64
IV.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	64
BAB V PENUTUP	67
V.1 Kesimpulan.....	67
V.3 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Operasional Variabel	23
Tabel 2	Operasional Variabel Y	24
Tabel 3	Nilai Jawaban Dari Pembobotan	25
Tabel 4	Uji Validitas Variabel X	26
Tabel 5	Uji Validitas Variabel Y	27
Tabel 6	Tingkat Reabilitas Berdasarkan Nilai Alpha Cronbach's.....	28
Tabel 7	Uji Reabilitas Variabel X	28
Tabel 8	Uji Reabilitas Variabel Y	29
Tabel 9	Interprestasi Koefisien Korelasi Nilai	29
Tabel 10	Waktu dan Pelaksanaan Penelitian	31
Tabel 11	Usia Responden	37
Tabel 12	Jenis Kelamin.....	37
Tabel 13	Pekerjaan Responden	38
Tabel 14	Akun @uniqloindonesia menggunakan bahasa yang jelas dalam menyampaikan informasi	39
Tabel 15	Akun @uniqloindonesia tidak menggunakan bahasa yang sederhana sehingga tidak mudah dipahami	39
Tabel 16	Akun @uniqloindonesia menggunakan bahasa asing yang sulit dipahami	40
Tabel 17	Informasi yang diberikan @Uniqloindonesia dapat Saya mengerti	41
Tabel 18	Saya dapat menerima informasi yang diberikan @uniqloindonesia.....	41
Tabel 19	Saya dapat mencerna informasi yang diberikan @uniqloindonesia dengan mudah.....	42
Tabel 20	Isi pesan yang diberikan @uniqloindonesia cukup menarik untuk dibaca.....	42
Tabel 21	Saya memberikan like pada informasi yang disampaikan oleh akun @uniqloindonesia	43
Tabel 22	Saya pernah bertanya kepada akun @uniqloindonesia mengenai informasi yang diberikan.....	44
Tabel 23	Saya melakukan retweet pada informasi yang disampaikan oleh akun @uniqloindonesia.....	44
Tabel 24	Saya pernah mengikuti kuis yang diadakan oleh akun @uniqloindonesia.....	45
Tabel 25	Saya mengikuti event yang diselenggarakan Uniqlo Indonesia yang di informasikan melalui akun @uniqloindonesia.....	46
Tabel 26	Saya pernah mengikuti foto contest Uniqlo Indonesia yang di informasikan melalui akun @uniqloindonesia.....	46
Tabel 27	Saya pernah memberikan kritik kepada akun @uniqloindonesia.....	47
Tabel 28	Saya pernah memberikan saran kepada akun @uniqloindonesia	48
Tabel 29	Akun @uniqloindonesia memberi tanggapan atas kritik dengan cepat..	48
Tabel 30	Akun @uniqloindonesia cepat dalam memberikan tanggapan atas Saran	49
Tabel 31	Akun @uniqloindonesia memberikan informasi mengenai Uniqlo Indonesia yang terbaru.....	50

Tabel 32	Informasi yang diberikan oleh akun @uniqloindonesia dapat dipercaya.....	51
Tabel 33	Informasi yang diberikan oleh akun @uniqloindonesia dapat dipertanggung jawabkan.....	52
Tabel 34	Informasi yang diberikan akun @uniqloindonesia bebas dari kesalahan	52
Tabel 35	Informasi yang tersedia pada akun @uniqloindonesia dapat diakses ketika dibutuhkan	53
Tabel 36	Akun @uniqloindonesia cepat mengupdate informasi sebelum pelaksanaan event.....	53
Tabel 37	Informasi yang disajikan sesuai dengan yang Saya butuhkan	54
Tabel 38	Informasi yang disajikan @uniqloindonesia sesuai dengan yang Saya inginkan	55
Tabel 39	Informasi yang diberikan akun @uniqloindonesia bermanfaat bagi Saya	55
Tabel 40	Informasi yang diberikan @uniqloindonesia dilengkapi dengan foto	56
Tabel 41	Akun @uniqloindonesia menyajikan informasi mengenai nama produk.....	57
Tabel 42	Akun @uniqloindonesia menyajikan informasi mengenai tampilan produk.....	57
Tabel 43	Dalam memberikan informasi mengenai event, akun @uniqloindonesia melengkapi informasi mengenai waktu event yang akan diselenggarakan	58
Tabel 44	Penggunaan Media Sosial <i>Twitter</i>	59
Tabel 45	Pemenuhan Kebutuhan Informasi yang Berkualitas	61
Tabel 46	Uji Korelasi	62
Tabel 47	Uji Determinasi	63
Tabel 48	Uji Regresi	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Official Account H&M Indonesia dan Uniqlo Indonesia	5
Gambar 2. Kerangka Berfikir.....	17
Gambar 3. Tampilan Logo Uniqlo Indonesia	31
Gambar 4. Tampilan <i>Bisnis Model</i> Uniqlo	34
Gambar 5. Tampilan <i>Twitter</i> @Uniqloindonesia	35

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 2 Surat Permohonan Riset
- Lampiran 3 Surat Pengantar Riset
- Lampiran 4 Kuisioner Pernyataan
- Lampiran 5 Dokumentasi
- Lampiran 6 Hasil Kuisioner