

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji dan syukur kepada kehadiran Allah SWT, atas berkah, nikmat, dan karuniaNya memberikan kesehatan dan keselamatan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Media Sosial *Tumblr***. Skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Bisnis program S-1 di Institut Manajemen Telkom.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan dan perhatian yang sangat berguna dan tulus dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Allah SWT, atas semua berkah, nikmat, dan karunia dalam kehidupan penulis.
2. Ibu Hani (Rah Utami Nugrahani, S.Sos, MBA), selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu, memberikan arahan, saran, serta meluangkan waktunya dalam penyusunan skripsi.
3. Keluarga (Papa, Mama, dan Adik), yang selalu memberikan motivasi semangat hidup untuk menjadi seorang yang lebih bijaksana.
4. Buat Andi Adri, Adi Kurniawan, dan Lidya Caroline terima kasih sebesar-besarnya. Tanpa bantuan kalian mungkin skripsi ini tidak akan selesai.

5. Teman-teman sekampus, selaku teman seperjuangan dalam menimba ilmu di IMT (Kelas K 2008, Capture, TEAM 2010, AUVI 2010, Cyco IMT).
6. Sahabat, kerabat, dan saudara yang telah menjadi bagian dari kehidupan penulis selama empat tahun di kota Bandung (KBRI Damaskus, Keluarga Besar DEPLU, Keluarga Besar Sandi Negara, EF Banda, Ceberus, CBR Club Bandung, CBR Club Indonesia, Hizer Community).
7. Kostan Arjuna, Crywil, Odi, Didan, Indra, Vito, Makyar, Imam, dan Acong selaku sahabat berbagi suka dan duka di kota Bandung.
8. Mia Maya Ulfha yang mengisi hari-hari penulis selama perkuliahan. Terimakasih atas doa, dukungan, dan ceramahnya. Semoga cepat menyusul menjadi sarjana kedokteran.
9. Senior dan junior terimakasih buat saran dan kritiknya.
10. Dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu selama penyusunan skripsi ini.

Mudah-mudahan Allah SWT memberikan rahmat dan karuniaNya kepada semua yang telah membantu dan memotivasi penulis sehingga sehingga menyelesaikan perkuliahan dengan baik. Penulis menyadari adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini karena berbagai keterbatasan. Penulis berharap kritik dan saran yang bersifat membangun demi sempurnanya

penyusunan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak khususnya bagi para pembaca.

Bandung, Oktober 2012

Penulis,

Bijak Ramadhani Soeparmono

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	7
1.3 Perumusan Masalah .....	14
1.4 Tujuan Penelitian .....	14
1.5 Kegunaan Penelitian .....	15
1.6 Sistematika Penulisan Penelitian .....	16

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	18
2.1.1 Rangkuman Teori.....	18
a. <i>New Media</i> .....	18
b. <i>Social Media</i> .....	26
c. Konsep <i>Social Media</i> .....	35
d. Media Sosial Dalam Kerangka Teori <i>New Media</i> ...	36
e. Komunikasi Dunia Maya .....	36
2.1.2 Penelitian Terdahulu.....	38
a. Karya Ilmiah .....	38
b. Jurnal.....	46
2.2 Kerangka Pemikiran.....	53
2.4 Ruang Lingkup Penelitian .....	55

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian .....	56
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran .....	57
3.2.1 Operasionalisasi Variabel .....	57
3.2.2 Skala Pengukuran .....	59
3.3 Tahapan Penelitian.....	61
3.4 Populasi Dan Sampel .....	62
3.4.1 Populasi .....	62
3.4.2 Sampel.....	62
3.5 Sumber Data.....	63
a. Data Primer .....	63
b. Data Sekunder .....	64
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	64
a. Penelitian Lapangan .....	64
b. Penelitian Kepustakaan .....	65
3.7 Teknik Sampling.....	65
3.8 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	66
3.8.1 Uji Validitas.....	66
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	68
3.9 Teknik Analisis Data.....	68

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Analisis Karakteristik Responden .....	74
4.2 Hasil Penelitian.....	76
4.2.1 Analisis Deskriptif .....	76
4.2.2 Analisis Faktor .....	83
a. Matriks Korelasi Analisis Faktor.....	83
b. Ekstraksi Faktor .....	85
4.2.3 Teknik Rotasi .....	90
4.2.4 Interpretasi Faktor Yang Terbentuk .....	92
4.3 Pembahasan .....	96

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Saran .....	102
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan Penyedia <i>Social Media</i> .....	102
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Lanjutan.....	103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo <i>Tumblr</i> .....	2
Gambar 1.2 Fitur <i>Tumblr</i> .....	3
Gambar 1.3 Top 500 Situs Yang Paling Sering Dikunjungi Menurut <i>Alexa</i> .....	9
Gambar 1.4 Pengguna <i>Tumblr</i> Di Dunia.....	10
Gambar 1.5 Persentase Pada <i>Alexa</i> Masyarakat Global Mengakses situs <i>Tumblr</i> .....	11
Gambar 1.6 Populasi Pada <i>Alexa</i> Masyarakat Global Menggunakan Situs <i>Tumblr</i> .....	12
Gambar 2.1 <i>Social Media Starfish</i> .....	28
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	54
Gambar 3.1 Langkah-Langkah Penelitian.....	61
Gambar 3.2 Tahapan Analisis Faktor .....	68

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Karakteristik <i>The First Media Age</i> dan <i>The Second Media Age</i> .....	22
Tabel 2.2 <i>Categorization of Social Media Tools</i> .....	33
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	58
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas .....	67
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	68
Tabel 3.4 Ukuran Ketepatan <i>KAISAR-MAYER-OLKIN</i> .....	71
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	74
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Akses Tumblr Dalam Satu Minggu .....	75
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Media Sosial <i>Tumblr</i> .....	77
Tabel 4.4 Nilai KMO Dan <i>Barlett's Test</i> Analisis Faktor .....	84
Tabel 4.5 <i>Total Variance Explained</i> .....	85
Tabel 4.6 <i>Communalities Factor</i> .....	87
Tabel 4.7 <i>Component Matrix<sup>a</sup></i> .....	89
Tabel 4.8 <i>Rotated Component Matrix<sup>a</sup></i> .....	91
Tabel 4.9 Faktor Yang Terbentuk .....	93
Tabel 4.10 Penamaan Faktor .....	96