

**PENGARUH PENGGUNAAN SITUS WWW.YAMAHA-MOTOR.CO.ID TERHADAP  
PEMENUHAN INFORMASI PENGGUNA MOTOR YAMAHA (STUDI KAUSALITAS  
TERHADAP MEMBER FORUM ONLINE YAMAHAHOLIGON)**

**Reza Fauzan Muslim<sup>1</sup>, Alila Pramiyanti S.sos.<sup>2</sup>, M.si<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom

---



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan situs Yamaha [www.yamaha-motor.co.id](http://www.yamaha-motor.co.id) terhadap pemenuhan informasi pengguna motor Yamaha. Variabel bebas yang diteliti adalah Intensitas Penggunaan Situs, Isi Materi yang Dikonsumsi, Hubungan Individu dengan Media, sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah Pemenuhan Informasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah member pada forum *yamaholigan*, dimana jumlah member yang aktif dijadikan sebagai target utama responden penelitian, jumlah populasi dari penelitian ini adalah 6.034. Sampel yang diambil sebanyak 377 dengan teknik *Insidental Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Path Analysis*.

Setelah mengkaji masing-masing variabel bebas dan pengaruhnya masing-masing terhadap set variabel terikat, terlihat bahwa memang penggunaan situs Yamaha [www.yamaha-motor.co.id](http://www.yamaha-motor.co.id) berpengaruh terhadap pemenuhan informasi pengguna motor yamaha sebesar 46,67%. Variabel bebas isi materi yang dikonsumsi memberikan pengaruh yang lebih dominan sebesar 40% dibandingkan dengan variabel intensitas penggunaan situs sebesar -3,03% dan hubungan individu dengan isi media sebesar 9,70%, terhadap variabel terikat yakni pemenuhan informasi.

Kata Kunci: Pemenuhan Informasi, Penggunaan Website, *Uses and Gratification*

Telkom  
University

## ABSTRACT

*This study aims to determine how the effect of the use of Yamaha site [www.yamaha-motor.co.id](http://www.yamaha-motor.co.id) on the fulfillment of Yamaha motorcycle user information. The independent variables under study is the intensity of the use of the Site, Content Material Consumed, Individuals with Media Relations, while the dependent variable is gratification of the fulfillment Information.*

*The population of this study was the member on the forum yamaholigan, where the number of active members served as the primary target of the study respondent. The total population of the study was 6,034. 377 samples taken by using Incidental Sampling techniques. Path Analysis techniques being used in this study for data analysis .*

*After reviewing each of the independent variables and each effect of the set dependent variables, it is seen that the used of Yamaha site [www.yamaha-motor.co.id](http://www.yamaha-motor.co.id) affect the gratification of fulfillment information yamaha motors user by 46,67%. The independent variable of content consumed gives a more dominant influence by 40% than the variable of intensity of using the site by -3.03% and the individual's relationship with the media content by 9.70%, to the dependent variable that is compliance information.*

*Key Words: Information Fulfillment, Website Usage, Uses and Gratification*

Telkom  
University

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial, intensitas penggunaan situs [www.Yamaha-motor.co.id](http://www.Yamaha-motor.co.id) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna motor yamaha sebesar 3,03%.
2. Secara parsial, isi materi dalam situs [www.Yamaha-motor.co.id](http://www.Yamaha-motor.co.id) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna motor yamaha sebesar 40%.
3. Secara parsial, hubungan individu dengan isi media pada situs [www.Yamaha-motor.co.id](http://www.Yamaha-motor.co.id) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan pengguna motor yamaha sebesar 9,70%.

4. Dari ketiga variabel bebas yang diajukan, isi materi dalam situs [www.Yamaha-motor.co.id](http://www.Yamaha-motor.co.id) memberikan pengaruh yang paling dominan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna forum Yamaholigan sebesar 40%.

## 5.2 Saran Peneliti

### 5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan analisis hasil penelitian maka ada beberapa hal yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dan saran bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak terkait.

1. Materi yang diberikan oleh Yamaha dalam situs [www.yamaha-motor.co.id](http://www.yamaha-motor.co.id) dipercaya oleh pengguna dan pengunjung situs tersebut, diharapkan Yamaha Motor Indonesia selalu mampu memberikan informasi yang bermanfaat, aktual dan terpercaya, sehingga mampu mempertahankan kepercayaan yang dibeikan oleh pengguna dan dan pengunjung situs tersebut, karena secara tidak langsung berdampak pada citra produk dan perusahaan itu sendiri. Diharapkan kedepannya Yamaha Motor Indonesia mampu mempertahankan dan selalu memberikan informasi yang bermanfaat seputar produk dan kegiatan perusahaan.

2. Dari data yang dianalisis peneliti tentang variabel penggunaan media yakni seringkali mengakses situs [www.yamaha-motor.co.id](http://www.yamaha-motor.co.id) lebih dari satu jam sehari merupakan indikator yang mendapat respon dari responden paling kecil. Hal tersebut dapat menjadi bahan acuan untuk Yamaha Motor Indonesia untuk mengembangkan situs [yamaha-motor.co.id](http://yamaha-motor.co.id) agar pengguna situs mau berselancar lebih lama dalam situs tersebut, baik mencari informasi perusahaan dan produk Yamaha, berinteraksi, dan lainnya.

### 5.2.2 Bagi Perguruan Tinggi

Saran yang bisa peneliti berikan untuk IM Telkom sebagai lembaga pendidikan yang menaungi para mahasiswa/i diantaranya:

1. Menambah kerjasama dengan perusahaan-perusahaan agar dapat mempermudah mahasiswa/i untuk melaksanakan penelitian serta dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan “*brand image*” IM Telkom di mata masyarakat maupun lingkungan bisnis
2. Membina kerjasama dengan PT. Yamaha Motor Indonesia Manufacturing dengan harapan dapat melanjutkan hubungan yang sudah baik agar menjadi lebih baik lagi di masa yang akan datang.

### 5.2.3 Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil dan kesimpulan serta keterbatasan yang ada dalam penelitian ini setidaknya dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya untuk membuat penelitian yang lebih sempurna.

Adapun saran bagi peneliti selanjutnya diantaranya:

1. Penelitian ini belum sepenuhnya komprehensif, karena peneliti hanya melihat pemenuhan informasi dari segi penggunaan media saja, maka bagi para peneliti yang berminat untuk melakukan penelitian serupa dapat menambahkan faktor individu dan faktor lingkungan dan juga motif sebagai variabelnya.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menyempurnakan model penelitian yang telah diteliti dalam penelitian ini yang masih memiliki kekurangan dengan cara memodifikasi model penelitian tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, Elvinaro, Soenirad. 2004. *Dasar-Dasar Public Relations*,  
Bandung: PT.Remaja Rosdakarya

Ardianto, Elvinaro Lukati Komala & Siti Karlina. 2007. *Komunikasi  
Massa: Suatu Pengantar (edisi revisi)*, Bandung: PT. Remaja  
Rosdakarya

Amsyah, Zulkifli, 1997. *Manajemen Sistem Informasi*, Jakarta:  
Gramedia

Azwar, Saifudin. 2000. *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya*.  
Edisi kedua. Yogyakarta. Pustaka Pelajar

Bungin, H.M. Burhan. 2006, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma,  
dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta:  
Kencana prenada media group.



Blumer J.G & Katz E. 1974. *The Uses of Mass Communication:*

*Current Perspective on Gratification Research, Beverli Hills*

*CA: Sage*

*Creswell, John W . 1994, Research desain: Quatitative and qualitative*

*approaches. England: Sage Publications, Inc.*

Davis Gordon . 1992. Kerangka Dasar Sistem, Informasi Manajemen,

(Pengantar) Jakarta, Gramedia.

Dedy Mulyana 2004, Pengantar Komunikasi. Bandung. Remaja Rosda

Karya

Effendy, Onong Uchjana, 1986. Dinamika Komunikasi. Bandung:

Citra Aditya Bakti

“ \_\_\_\_\_ , 2007. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi.

Bandung: Citra aditya Bakti

Faisal, 2008. Format – Format Penelitian, Jakarta: Rajawali Press

Febrian, Jack. 2001. Menggunakan Internet. Bandung: Informatika

Flew, Terry, 2005. *New Media: An Introduction*, Oxford University Press, USA

Guha, Bimalehdu. 1978. *Documentation, and Information Service. Calcutta. The World Press Limited*

Juliansyah, Noor. 2006. *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, Karya Ilmiah*. Jakarta : KENCANA Prenada Media Group

LaRose, R., Mastro, D., & Eastin, M. S. (2001). Understanding Internet usage: A social-cognitive approach to uses and gratifications. *Social Science Computer Review*

Maleong, Lexy J .2004, *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Martono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Analisis Isi dan Analisis Sekunder/RAJ*, Jakarta: Rajawali Press

McQuail, Dennis, 2000. *MCQuail's Communication Theory* (Edisi 4). London: Sage Publication

\_\_\_\_\_, 2002. Teori Komunikasi Massa, Jakarta: Erlangga

Nazir, 1988. Metode Penelitian, Jakarta: Ghalia Indonesia

Nurudin, M, Si. 2007. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta. Raja  
Grafindo

Pavlik, D E, Olds, S. W., & Feldman, Ruth D. 2001. *Human  
Development* (8<sup>th</sup> Edition), Boston: McGraw-Hill

Priyatno, Dwi, 2004. Buku Saku Analisis SPSS Edisi 1. Yogyakarta:  
Mediakom

Rachmadi. 1996. Public Relation Dalam Teori dan Praktek, Jakarta:  
Gramedia

Rakhmat, Jalaludin 2004. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung:  
PT. Remaja Rosdakarya

“ \_\_\_\_\_, 2008. Psikologi Komunikasi. Bandung:  
PT. Remaja Rosdakarya

“\_\_\_\_\_”. Metode Penelitian Komunikasi.(edisi revisi)

Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

“\_\_\_\_\_”. Psikologi Komunikasi (edisi revisi). Bandung:

PT.Remaja Rosdakarya

Rahayu, Sri, 2005. SPSS versi 12.0 dalam riset pemasaran, Bandung:

Alfabeta

Riduwan, & EngkosA. Kuncoro. 2011. Cara Menggunakan dan memakai *Path Analysis* (Analisis Jalur). Bandung : Alfabeta

Ruggiero, T. (2000). *Uses and gratifications theory in the 21st century. Mass Communication & Society*

Salim, Agus, 2001, Teori dan paradigma penelitian sosial (Pemikiran Norman K. Denzin dan Egon Guba dan penerapannya). Yogyakarta: Tiara Wacana.

Siregar, Ashadi & Rondang Pasaribu. 2000. Bagaimana Mengelola Media Korporat. Yogyakarta: Kanisius dan LP3 Eb1

- Sugiyono, 2010. Statistika Untuk Penelitian. Bandung. Alfabeta
- Soehoet, AM Hoeta. 2002. Teori Komunikasi. Jakarta: Yayasan kampus Tercinta -IIsIp
- Severin,Wener & James W Tankard. 2005. Edisi ke 5 Teori Komunikasi. Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa, Jakarta: KENCANA Prenada Media Group
- Tracy Laquey. 1997. Sahabat Internet: Pedoman Bagi Pemula Untuk Memasukio Jaringan Global. Bandung. ITB
- Umar,Husein. 2004. Metode Riset perilaku Oranisasi, Jakrta: Gramedia
- Umi, Narima Wati. 2007, Riset Manajemen Sumber Daya Manusia Aplikasi, Contoh dan Perhitungannya. Bandung, Agungreda (unikom)
- Vivian, John. 2008. *The Media of Mass Communication / Edition 9*, Allyn & Bacon, Inc. USA
- Wiyarti, Sri dan Sutapa Mulya. 2007. Sosiologi. Surakarta : UNS Press

West, Richard & Lynn H Turner, 2007. Introduction Communication  
Theory, Analysis and Application (3<sup>rd</sup> Edition). Singapore: MC  
Grand Hill



Telkom <sup>144</sup>  
University

Online :

[www.yamaha-motor.co.id](http://www.yamaha-motor.co.id) (Diakses Pada 12 Juni 2012)  
[www.yamaholigan.com](http://www.yamaholigan.com) (Diakses Pada 12 Juni 2012)  
<http://www.twitter.com/YamahaIndonesia> (Diakses Pada 12 Juni 2012)  
<https://www.facebook.com/Yamaholigan> (Diakses Pada 12 Juni 2012)  
[www.gayahidupdigital.com](http://www.gayahidupdigital.com) (Diakses pada 17 Juni 2012)  
[www.oreilly.com/web2](http://www.oreilly.com/web2) (Diakses Pada 17 Juni 2012)  
[www.Slideshare.net\(makalahJamesYoung2007\).socialmedia:opportunitiesforthenon-profit](http://www.Slideshare.net(makalahJamesYoung2007).socialmedia:opportunitiesforthenon-profit) (Diakse Pada 03 Juli 2012)  
[www.universalmccann.com](http://www.universalmccann.com) (Diakses Pada 05 Juli 2012)  
[www.december.com](http://www.december.com) (Diakses pada 05 Juli 2012)  
<http://books.google.co.id> (Diakses Pada 11 Oktober 2012)  
[www.elib.unikom.ac.id](http://www.elib.unikom.ac.id) (Diakses Pada 25 November 2012)  
<http://blog.rajawebhost.com/pengertian-website-menurut-para-ahli.html> (Diakses Pada 02 Desember 2012))  
[www.pakarweb.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=4&Itemid=5](http://www.pakarweb.com/index.php?option=com_content&view=article&id=4&Itemid=5) (Diakses Pada 02 Desember 2012)  
[www.unpas.ac.id/pages/apa-itu-sosial-media/](http://www.unpas.ac.id/pages/apa-itu-sosial-media/) (Diakses Pada 05 Desember 2012)  
[http://www.online-pr.com/Holding/PR\\_and\\_Social\\_media.pdf](http://www.online-pr.com/Holding/PR_and_Social_media.pdf)  
[www.aisi.com](http://www.aisi.com) (Diakses Pada 04 Januari 2013)  
[www.kompas.com](http://www.kompas.com) (Diakses Pada 20 April 2013)