

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr, Wb,

Puji Syukur *Alhamdulillah* *Rabbil Alamiin* penulis panjatkan kehadiran *Illahi Rabbi*, Allah S.W.T. atas berkat, rahmat, dan karunia-NYA sehingga penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi MotoGP (Survey Terhadap Anggota *Fanpage Facebook MotoGP Mania* Indonesia)” dapat terselesaikan dengan baik.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berjasa membantu penulis, dalam memberikan dukungan baik moril maupun materil, do'a dan juga motivasi:

1. Bapak Prof. Ir. Mochamad Ashari, M.Eng, PhD selaku Rektor Telkom University,
2. Bapak Dr. Husni Amani, M., M.Sc selaku Dekan Telkom Economics & Business School, Telkom University
3. Ibu Siska Noviaristanti, S.Si, M.T selaku Ka. Prodi Ilmu Komunikasi dan dekan Sekolah Komunikasi Multimedia,
4. Ibu Alila Pramiyanti, S.Sos, M.Si dan Ibu Yuliani Rachma Putri, S.Ip, M.M, selaku dosen pembimbing I dan II, yang telah banyak memberikan bantuan, bimbingan, saran, kemudahan, dan motivasi dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini,
5. Jajaran dosen dan staf sekretariat Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah membantu kelancaran dalam proses

penulisan skripsi ini, memotivasi dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Ratih, Ibu May, Ibu Ira, Pak Hadi, Ibu Sekar, Ibu Reni, Ibu Olla, Ibu Martha, Pak Freddy, Teh Gina, Kang Tara dan Mbak Olin,

6. Kedua orang tua penulis (Beny Adi Cahyono dan Betty Marhaety) Mama dan Papa tercinta yang selalu memberikan dukungan semangat, motivasi dan do'a yang tiada hentinya setiap saat untuk kesuksesan penulis. *I Love You Mom and Dad, you are my biggest motivator* dan Adik penulis, Bella Paramitha yang turut mendo'akan kelancaran skripsi ini,
7. Partner terbaik bagi penulis, Novia Sari Purnama yang selalu memberikan motivasi, dukungan, dan juga do'a. Tempat bercerita baik suka dan duka. Terima kasih atas bantuan moril dan kasih sayangnya,
8. Teruntuk teman-teman seperjuangan, Denny Putra Ardityo, Kentrizka Aditya Perdana, M. Helmy Fajrian, Gito Yudha Pratomo, Ardhinata Surya, Abiyasa Dwi Putra, Allandra Dibtiya Putra, Gilang Gautama, Sani Budi Utami, Fini Ramdhiani, Puji Astuti Rezky, Jesyka Puspa Nasrulla, Widya Ayu C, Nandita Harmina, Anditha Rosaline, Aldi Firmanda Setiawan, M. Fadhli Kestianca dan M. Tito Listyadi terima kasih atas dukungan, motivasi, keseruan dan kenangan indah selama kuliah di Institut Manajemen Telkom,

9. Kepada Roland Pranando, Alexander Simanullang, Septian Dwi Ananto, Anggi Subandi, Yudha Sachri, Koko Eben dan Arham Marzuki Lubis yang selalu membantu lewat dukungan moril,
10. Kepada teman-teman, adik sekaligus keluarga kost C 61,
11. Kepada rekan-rekan Jurnalistik IM TELKOM, Jurnalistik *We Think Better !!!*,
12. Kepada teman-teman Ikom A, Marcomm 2009, serta seluruh teman-teman di lingkungan kampus Telkom University yang telah memberikan pengalaman dan ilmu yang bermanfaat
13. Serta berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu,

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, mengingat keterbatasan penguasaan berbagai referensi dan waktu yang peneliti miliki, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan untuk menyempurnakan skripsi ini di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun untuk pembaca.

Bandung, 20 September 2013

Penulis

Alby Karunia Pratama

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	
Halaman Pengesahan	i
Halaman Pernyataan	ii
Abstrak	iii
<i>Abstract</i>	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Tabel	xv
BAB I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	15
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Kegunaan Penelitian	16
1.5 Tahapan Penelitian	17
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	19
BAB II Tinjauan Pustaka.....	
2.1 Penelitian Terdahulu	20
2.2 Tinjauan Pustaka Penelitian	31
2.2.1 Pengertian Komunikasi.....	31
2.2.2 Kebutuhan Informasi	34
2.2.3 <i>Uses and Gratification</i>	40

2.2.4 Motif Penggunaan Media.....	43
2.2.5 <i>Computer Mediated Communication</i>	47
2.2.6 <i>New Media</i>	52
2.2.6.1 Teknologi Internet.....	55
2.2.7 <i>Social Media</i>	57
2.2.7.1 Konsep Media Sosial	59
2.2.7.2 Peran Media Sosial sebagai <i>New Media</i>	60
2.2.7.3 Penggunaan Media Sosial.....	62
2.2.7.4 <i>Facebook</i>	64
2.3 Hipotesis Penelitian	67
2.4 Kerangka Pemikiran	67
BAB III Metode Penelitian	
3.1 Paradigma Penelitian	73
3.2 Metode Penelitian	74
3.3 Objek Penelitian.....	75
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	81
3.5 Populasi dan Sampel	88
3.5.1 Populasi	89
3.5.2 Sampel	89
3.6 Pengumpulan Data	91
3.6.1 Data Primer.....	91
3.6.2 Data Sekunder.....	93
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	93
3.7.1 Uji Validitas	94
3.7.2 Uji Reliabilitas	95

3.7.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	96
3.8 Teknik Analisis Data	99
3.8.1 Uji Asumsi Klasik	99
3.8.2 Analisis Regresi Sederhana.....	100
3.8.3 Pengujian Hipotesis	102
3.8.4 Koefisien Determinasi.....	104
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	
4.1 Karakteristik Responden	107
4.2 Hasil Penelitian	124
4.2.1 Rekapitulasi Pengguna Media Sosial <i>Facebook</i>	124
4.2.2 Rekapitulasi Pemenuhan Kebutuhan Informasi	127
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	130
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	130
4.2.4 Analisis Regresi Linear Sederhana	132
4.2.5 Uji Hipotesis	133
4.2.5.1 Pengujian Hipotesis Secara	
Parsial (Uji t)	133
4.2.6 Analisis Korelasi.....	136
4.2.7 Koefisien Determinasi.....	137
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	137
4.3.1 Penggunaan Media Sosial <i>Facebook</i>	137
4.3.2 Pemenuhan Kebutuhan Informasi MotoGP di	
<i>Fanpage MotoGP Mania Indonesia</i>	156
4.3.3 Pengaruh Penggunaan Media Sosial <i>Facebook</i>	
Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi	
<i>MotoGP</i>	168

BAB V Simpulan dan Saran	
5.1 Simpulan	170
5.2 Saran	173
5.2.1 Bagi Penelitian Selanjutnya	173
5.2.2 Bagi Pihak <i>Fanpage MotoGP Mania</i> Indonesia.....	173

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Statistik Pengguna Internet Indonesia.....	2
Gambar 1.2 <i>Top Global Sites</i> versi Alexa.com.....	3
Gambar 1.3 Demografi Pengguna <i>Facebook</i>	4
Gambar 1.4 Peringkat Pengguna <i>Facebook</i> di Dunia.....	5
Gambar 1.5 <i>Top Site</i> di Indonesia versi alexa.com.....	6
Gambar 1.6 Pebalap Nasional di MotoGP	7
Gambar 1.7 Penelusuran Informasi MotoGP di Google.....	10
Gambar 1.8 Data Anggota <i>Fanpage MotoGP Mania</i> Indonesia.....	12
Gambar 1.9 Interaksi didalam <i>Fanpage MotoGP Mania</i> Indonesia.....	14
Gambar 1.10 Tahapan penelitian	18
Gambar 2.1 Model Uses and Gratification	42
Gambar 2.2 <i>Social Media Starfish</i>	58
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	71
Gambar 3.1 Logo <i>Facebook</i>	76
Gambar 3.2 Logo <i>fanpage Facebook MotoGP Mania</i> Indonesia.....	78
Gambar 3.3 Halaman Utama <i>Fanpage MotoGP Mania</i> Indonesia.....	79
Gambar 3.4 Informasi Menegnai Pembalap MotoGP.....	80
Gambar 3.5 Tentang <i>Fanpage MotoGP Mania</i> Indonesia....	81

Gambar 4.1 Persentase Jenis Kelamin Responden.....	108
Gambar 4.2 Persentase Usia Responden.....	110
Gambar 4.3 Usia Pengguna Facebook oleh <i>Pew Research Center and Docstoc</i>	111
Gambar 4.4 Persentase Profesi Responden.....	114
Gambar 4.5 Persentase Pendidikan Terakhir Responden...	116
Gambar 4.6 Jenjang Pendidikan Pengguna Media Sosial Penelitian oleh <i>Pew Research Center and Docstoc</i>	117
Gambar 4.7 Persentase Lama Waktu Responden Menjadi Anggota <i>Fanpage MotoGP Mania Indonesia</i>	119
Gambar 4.8 Persentase Intensitas mengakses <i>Fanpage MotoGP Mania Indonesia</i> Dalam 1 Minggu...	121
Gambar 4.9 Persentase Lama Waktu Dalam Mengakses <i>Fanpage MotoGP Mania Indonesia</i>	123
Gambar 4.10 Garis Kontinum Penggunaan Media Sosial <i>Facebook (X)</i>	127
Gambar 4.11 Garis Kontinum Pemenuhan Kebutuhan Informasi.....	130
Gambar 4.12 Diagram dan Kurva Uji Normalitas.....	131
Gambar 4.13 Kurva Uji t (Parsial)	135
Gambar 4.14 Garis Kontinum <i>Context</i>	140
Gambar 4.15 Garis Kontinum <i>Content</i>	143
Gambar 4.16 Garis Kontinum <i>Communication</i>	146
Gambar 4.17 Garis Kontinum <i>Connection/ Connectivity</i> ...	148
Gambar 4.18 Garis Kontinum <i>Collaboration</i>	150

Gambar 4.19 Garis Kontinum <i>Continuity</i>	153
Gambar 4.20 Gambar <i>Current Need Approach</i>	158
Gambar 4.21 Gambar <i>Everyday Need Approach</i>	160
Gambar 4.22 Gambar <i>Exhaustic Need Approach</i>	163
Gambar 4.23 Gambar <i>Catching-Up Need Approach</i>	165

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tabel Peringkat Jumlah anggota fanpage MotoGP di <i>Facebook</i>	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu....	21
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	84
Tabel 3.2 Desain Pengukuran Instrumen	88
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	97
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	108
Tabel 4.2 Usia Responden.....	109
Tabel 4.3 Profesi Responden.....	112
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir Responden.....	114
Tabel 4.5 Lama Waktu Menjadi Anggota <i>Fanpage MotoGP</i> <i>Mania</i> Indonesia.....	118
Tabel 4.6 Intensitas Responden dalam Mengakses <i>Fanpage</i> <i>MotoGP Mania</i> Indonesia dalam 1 Minggu.....	120
Tabel 4.7 Lama Waktu Responden Mengakses <i>Fanpage</i> <i>MotoGP Mania</i> Indonesia.....	122
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Penggunaan Media Sosial <i>Facebook</i>	124
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>MotoGP</i>	128
Tabel 4.10 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	132
Tabel 4.11 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	134
Tabel 4.12 Analisis Korelasi Pearson.....	136

Tabel 4.13 Skor Tanggapan Responden Mengenai <i>Context</i> ...	138
Tabel 4.14 Skor Tanggapan Responden Mengenai <i>Content</i> ...	141
Tabel 4.15 Skor Tanggapan Responden Mengenai <i>Communication</i>	144
Tabel 4.16 Skor Tanggapan Responden Mengenai <i>Connection/</i> <i>Connectivity</i>	147
Tabel 4.17 Skor Tanggapan Responden Mengenai <i>Collaboration</i>	149
Tabel 4.18 Skor Tanggapan Responden Mengenai <i>Continuity</i> ...	152
Tabel 4.19 Rekapitulasi Penggunaan Media Sosial <i>Facebook</i> ...	154
Tabel 4.20 Skor Tanggapan Responden Mengenai <i>Current Need</i> <i>Approach</i>	157
Tabel 4.21 Skor Tanggapan Responden Mengenai <i>Everyday</i> <i>Need Approach</i>	159
Tabel 4.22 Skor Tanggapan Responden Mengenai <i>Exhaustic</i> <i>Need Approach</i>	161
Tabel 4.23 Skor Tanggapan Responden Mengenai <i>Catching-Up</i> <i>Need Approach</i>	164
Tabel 4.24 Skor Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kebutuhan Informasi.....	167