

TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA INTERNET DALAM MENGAKSES SITUS JEJARING SOSIAL

**Studi Analisis Perbandingan Tingkat Kepuasan Pengguna Internet
Terhadap *Friendster* dan *Facebook***



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)**

**Oleh:
Dwi Wahyu Wulandari
05 09 02890/ Kom**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2010**

TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA INTERNET DALAM MENGAKSES SITUS JEJARING SOSIAL

Studi Analisis Perbandingan Tingkat Kepuasan Pengguna Internet
Terhadap *Friendster* dan *Facebook*

SKRIPSI

Skripsi ini diajukan guna melengkapi tugas akhir
dan memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar sarjana (Strata 1)
pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Disusun Oleh :

Dwi Wahyu Wulandari
05 09 02890

Disetujui Oleh :



Y. Bambang Wiratmojo, MA.
Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2010**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Tingkat Kepuasan Pengguna Internet Dalam Mengakses Situs
Jejaring Sosial Studi Analisis Perbandingan Tingkat Kepuasan
Pengguna Internet Terhadap *Friendster* dan *Facebook*

Penyusun : Dwi Wahyu Wulandari

NIM : 05 09 02890

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada:

Hari / Tanggal : 5 Mei 2010

Pukul : 13:00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si
Penguji Utama

Y. Bambang Wiratmojo, MA
Penguji I

E. Anita Herawati, SIP, M.Si
Penguji II



.....

.....

.....

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwi Wahyu Wulandari
Nomor mahasiswa : 05 09 02890
Program studi : Komunikasi
Judul karya tulis : Tingkat Kepuasan Pengguna Internet Dalam Mengakses Situs Jejaring Sosial Studi Analisis Perbandingan Tingkat Kepuasan Pengguna Internet Terhadap *Friendster* dan *Facebook*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar – benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 23 Mei 2010

:atakan,

(Dwi Wahyu Wulandari)

HALAMAN PERSEMBAHAN



**” Dalam kesesakan ku telah berseru kepada Tuhan.
Tuhan telah menjawab ku dengan memberi
kelegaan.” (Mazmur 118:5)**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena berkat rahmat dan kasih-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Tingkat Kepuasan Pengguna Internet Dalam Mengakses Situs Jejaring Sosial penelitian ini merupakan sebuah Studi Analisis Perbandingan Tingkat Kepuasan Pengguna Internet Terhadap *Friendster* dan *Facebook*.

Penulis mengakui masih banyak keterbatasan dan kekurangan dalam penulisan penelitian skripsi ini, namun pelajaran terbaik adalah ketika kita mampu belajar dari setiap kekurangan dan keterbatasan yang ada, dan mampu memperbaikinya menjadi lebih baik.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. My **SUPER-MOM**, seorang wanita terhebat di dalam hidupku...*the best single parent who I ever had....*"Makasi ya ibuku sayang...*im nothing without u...*"
2. **BAPAKKU TERSAYANG** yang melihatku dari Surga...walau hanya dapat kusampaikan dalam hati...sudah lama aku ingin berkata: "Pak...aku lulus..."
3. **MASKU TERSAYANG** yang melihatku dari Surga..."Mas...inilah awal perjuanganku..."
4. Cintaku **ANAS** yang selalu memberi dukungan dan memacu semangatku (walau sering kena omelan yang ngangenin...he8) "Makasi ya bi sayang...*love u so much*"

5. Sobat seranjangku **LEMPERRRRR**...yang selalu ada dalam susah, senang, sehat, maupun sakit (kaya kawinan aja) ha8... *“Thanks for your greatest support, sist...lanjutkan perjuangan kita jenk!!!!!! Moga kita berdua jadi orang sukses!!! AMIIIIIN!!!”*
6. My Adik **GASS** *who always gave me a wise advice “Thanks a lot for ur pray n support...I have finished my study...u are my guardian angel...I miss U bro...”*
7. *Supporter* & teman senasibku **ROBIN** alias **O’OH** yang sudah jauh2 datang dari Solo cuma untuk menemani aku ujian pendadaran “Makasi ya oh...aku terharu banget atas dukunganmu...aku doain kamu sukses di masa depan...anggap semua yang udah kamu alami tu sebagai gejala orang sukses...AMIIIIIN...Tuhan Yesus Memberkati...CHAYO!!!!!!”
8. Para dosen tercinta **PAK BAMBANG, BU ANITA, PAK AGUS** “Terima kasih banyak ya pak...bu...akhirnya saya jadi alumni juga...he8...”
9. Mas **SETO** yang sudah kasih aku artikel tentang *Facebook* “Makasi ya mas...artikelmU sangat membantu...btw kapan ultah lagi??? Mumpung aku laper ni...he8”
10. Adik temon **YUKI & NIA** yang udah bantuin nyebar kuesioner “Makasi ya jenk...ayo buruan kebut skripsinya!!!!”
11. Kucingku si **PANU & KUDIS** yang selalu bikin aku ngakak sampe mulessssss...ha8 “Doain cepet dapet kerjaan biar bisa beliin kalian pindang...he8”

12. Yang pasti **SEMUA PIHAK YANG SUDAH MEMBANTU** saya
ucapkan TERIMA KASIH 1000000000X....

Selamat membaca, semoga dapat memberikan manfaat. Terima Kasih.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Kerangka Teori	5
1. Kepuasan Pelanggan.....	5
2. Situs Jejaring Sosial.....	7
3. <i>Uses and Gratification</i>	11
4. Remaja.....	15
F. Kerangka Konsep	16
G. Definisi Operasional	18
H. Metode Penelitian	21
1. Jenis Penelitian.....	21
2. Lokasi Penelitian.....	21
3. Metode Pengumpulan Data.....	22
4. Teknik Penarikan Sampel.....	22

5. Jenis Data.....	23
6. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	23
7. Teknik Analisis Data.....	24
a. Distribusi Frekuensi.....	24
b. Uji <i>Sample T-Test</i>	24
c. Tabulasi Silang.....	24
 BAB II OBYEK PENELITIAN	
A. <i>Facebook</i>	26
B. <i>Friendster</i>	34
 BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	39
1. Uji Validitas.....	39
2. Uji Reliabilitas.....	51
B. Analisis Data	52
1. Analisis Deskripsi Faktor-Faktor dalam Penelitian.....	53
a. Karakteristik Responden.....	54
b. <i>Gratification Sought</i>	57
c. <i>Gratification Obtain Facebook & Friendster</i>	63
2. Analisis Sampel T-Test.....	71
a. <i>Cognition</i>	72
b. <i>Stimulation</i>	73
c. <i>Relaxation</i>	74
d. <i>Emotional Release</i>	75
e. <i>Social Utility</i>	76
f. <i>Withdrawal</i>	77
3. Tabulasi Silang (<i>Crosstab</i>).....	80
4. Pembahasan.....	82

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	88
B. Saran	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

1.	TABEL 3.1	
	Hasil Uji Validitas <i>Item Gratification Sought of Cognition</i>	39
2.	TABEL 3.2	
	Hasil Uji Validitas <i>Item Gratification Sought of Stimulation</i>	40
3.	TABEL 3.3	
	Hasil Uji Validitas <i>Item Gratification Sought of Relaxation</i>	40
4.	TABEL 3.4	
	Hasil Uji Validitas <i>Item Gratification Sought of Emotional Release</i>	41
5.	TABEL 3.5	
	Hasil Uji Validitas <i>Item Gratification Sought of Social Utility</i>	42
6.	TABEL 3.6	
	Hasil Uji Validitas <i>Item Gratification Sought of Withdrawal</i>	42
7.	TABEL 3.7	
	Hasil Uji Validitas <i>Item Gratification Obtain of Cognition Facebook</i>	43
8.	TABEL 3.8	
	Hasil Uji Validitas <i>Item Gratification Obtain of Stimulation Facebook</i>	44
9.	TABEL 3.9	
	Hasil Uji Validitas <i>Item Gratification Obtain of Relaxation Facebook</i>	44
10.	TABEL 3.10	
	Hasil Uji Validitas <i>Item Gratification Obtain of Emotional Release Facebook</i>	45
11.	TABEL 3.11	
	Hasil Uji Validitas <i>Item Gratification Obtain of Social Utility Facebook</i>	46
12.	TABEL 3.12	
	Hasil Uji Validitas <i>Item Gratification Obtain of Withdrawal Facebook</i>	46

13. TABEL 3.13	
Hasil Uji Validitas <i>Item Gratification Obtain of Cognition</i>	
<i>Friendster</i>	47
14. TABEL 3.14	
Hasil Uji Validitas <i>Item Gratification Obtain of Stimulation</i>	
<i>Friendster</i>	48
15. TABEL 3.15	
Hasil Uji Validitas <i>Item Gratification Obtain of Relaxation</i>	
<i>Friendster</i>	48
16. TABEL 3.16	
Hasil Uji Validitas <i>Item Gratification Obtain of Emotional Release</i>	
<i>Friendster</i>	49
17. TABEL 3.17	
Hasil Uji Validitas <i>Item Gratification Obtain of Social Utility</i>	
<i>Friendster</i>	50
18. TABEL 3.18	
Hasil Uji Validitas <i>Item Gratification Obtain of Withdrawal</i>	
<i>Friendster</i>	50
19. TABEL 3.19	
Hasil Uji Reliabilitas.....	52
20. TABEL 3.20	
Klasifikasi Usia Responden.....	54
21. TABEL 3.21	
Klasifikasi Jenis kelamin.....	55
22. TABEL 3.22	
Akses Internet.....	55
23. TABEL 3.23	
Frekuensi <i>Login Facebook & Friendster</i> dalam 1 Minggu.....	56
24. TABEL 3.24	
Intensitas <i>Login</i> dalam setiap kali akses (menit).....	56
25. TABEL 3.25	
<i>Gratification Sought of Cognition</i> Situs Jejaring Sosial.....	57

26.	TABEL 3.26	
	<i>Gratification Sought of Stimulation Situs Jejaring Sosial.....</i>	58
27.	TABEL 3.27	
	<i>Gratification Sought of Relaxation Situs Jejaring Sosial.....</i>	59
28.	TABEL 3.28	
	<i>Gratification Sought of Emotional release Situs Jejaring Sosial.....</i>	60
29.	TABEL 3.29	
	<i>Gratification Sought of Social Utility Situs Jejaring Sosial.....</i>	61
30.	TABEL 3.30	
	<i>Gratification Sought of Withdrawal Situs Jejaring Sosial.....</i>	62
31.	TABEL 3.31	
	<i>Gratification Obtain of Cognition Facebook & Friendster.....</i>	63
32.	TABEL 3.32	
	<i>Gratification Obtain of Stimulation Facebook & Friendster.....</i>	64
33.	TABEL 3.33	
	<i>Gratification Obtain of Relaxation Facebook & Friendster.....</i>	66
34.	TABEL 3.34	
	<i>Gratification Obtain of Emotional Release Facebook & Friendster</i>	67
35.	TABEL 3.35	
	<i>Gratification Obtain of Social Utility Facebook & Friendster.....</i>	69
36.	TABEL 3.36	
	<i>Gratification Obtain of Withdrawal Facebook & Friendster.....</i>	70
37.	TABEL 3.37	
	Tabulasi Tingkat Kepuasan <i>Facebook dan Friendster</i> dengan Usia..	181
38.	TABEL 3.38	
	Tabulasi Tingkat Kepuasan <i>Facebook dan Friendster</i> dengan Jenis Kelamin.....	183
39.	TABEL 3.39	
	Tabulasi Tingkat Kepuasan <i>Facebook dan Friendster</i> dengan Akses Internet.....	185

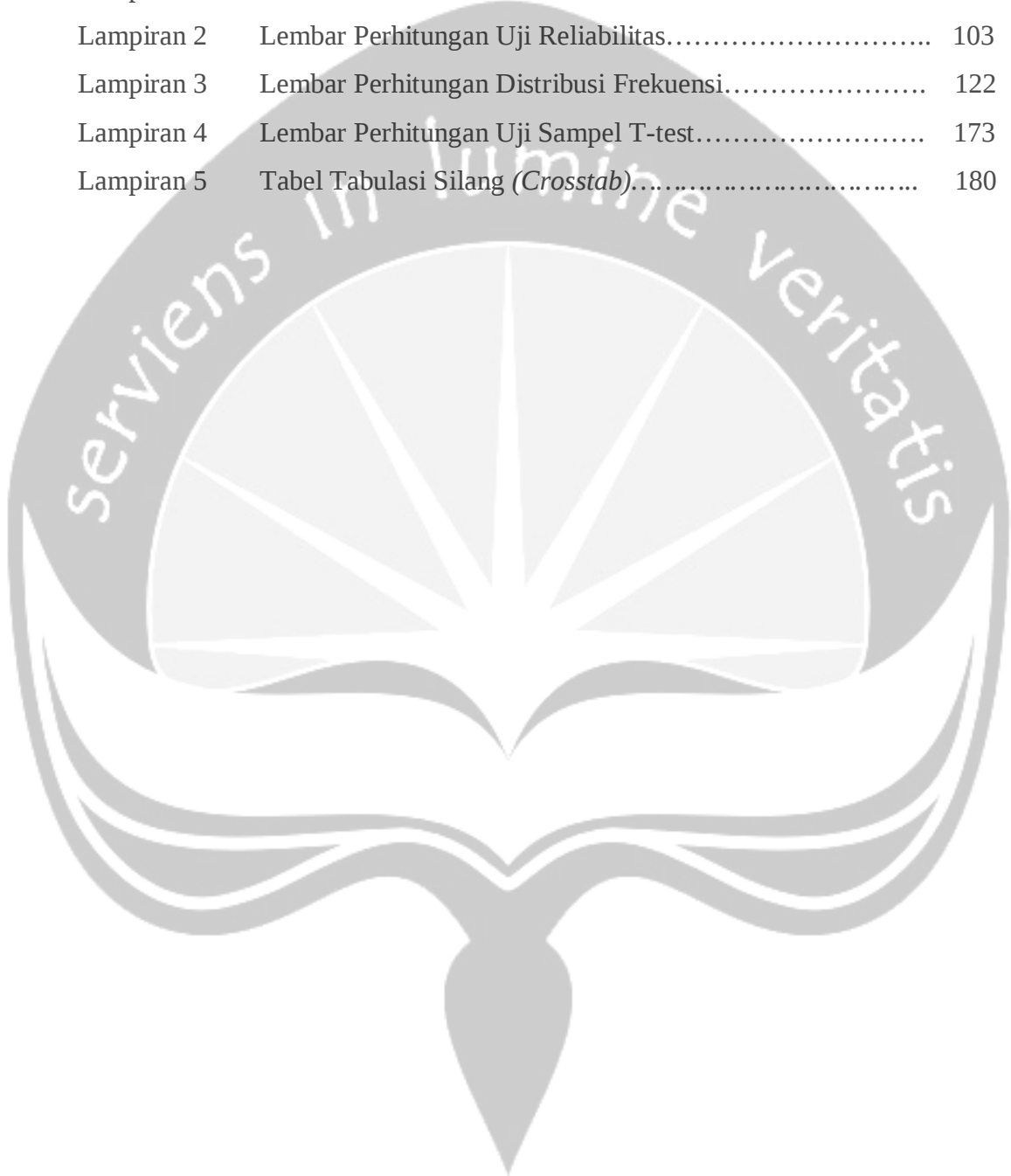
DAFTAR GAMBAR

1. GRAFIK 3.1
Hasil Uji Sampel T-Test Tingkat Kepuasan Terhadap *Facebook & Friendster*..... 71
2. GRAFIK 3.2
Perbandingan Tingkat Kepuasan *Facebook & Friendster*..... 78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 2	Lembar Perhitungan Uji Reliabilitas.....	103
Lampiran 3	Lembar Perhitungan Distribusi Frekuensi.....	122
Lampiran 4	Lembar Perhitungan Uji Sampel T-test.....	173
Lampiran 5	Tabel Tabulasi Silang (<i>Crosstab</i>).....	180



Abstrak
TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA INTERNET DALAM
MENGAKSES SITUS JEJARING SOSIAL
Studi Analisis Perbandingan Tingkat Kepuasan Pengguna Internet
Terhadap *Friendster* dan *Facebook*

Kepuasan konsumen merupakan tujuan utama dari setiap perusahaan, termasuk perusahaan penyedia layanan jasa. Internet merupakan salah satu penyedia layanan jasa sebagai bentuk kemajuan teknologi yang banyak diminati oleh masyarakat sekarang ini. Setiap orang yang menggunakan internet memiliki tujuan dari penggunaan tersebut. Seseorang yang memanfaatkan internet akan merasa puas jika dia memperoleh manfaat yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Salah satu situs di internet yang sering digunakan sebagai media untuk memenuhi kebutuhan tersebut adalah situs jejaring sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan tingkat kepuasan pengguna internet dalam mengakses *Facebook* dan *Friendster*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang mensyaratkan respondennya adalah remaja dengan kisaran umur 12-20 tahun yang telah memiliki akun *Facebook* dan *Friendster*.

Adapun peneliti mencoba meneliti 100 responden tersebut dengan membandingkan antara harapan terhadap situs jejaring sosial (*Gratification Shought*), dengan kinerja *Facebook* dan *Friendster* (*Gratification Obtain*). Harapan dan kinerja yang dibandingkan tersebut meliputi fungsi situs jejaring sosial sebagai media yaitu meliputi penggunaan media sebagai media untuk menambah wawasan (*cognition*), media untuk mengisi waktu luang (*stimulation*), media pelarian dari masalah yang sedang dihadapi (*relaxation*), media untuk membebaskan emosi (*emotional release*), media untuk menjalin relasi dengan teman atau keluarga (*social utility*), dan media untuk menciptakan hambatan antara dirinya sendiri dengan orang lain atau aktivitas yang sedang tidak ingin dilakukan (*withdrawal*). Peneliti ingin mengetahui perbandingan tingkat kepuasan pengguna internet terhadap *Facebook* dan *Friendster* tersebut berdasarkan usia, jenis kelamin dan cara meng-akses internet. Setelah data primer diperoleh, maka dilakukanlah analisis dengan menggunakan Uji *sample T test*, yang sebelumnya telah dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap variabel yang digunakan.

Setelah melakukan analisis terhadap data primer tersebut, diperoleh hasil sebagai berikut:

- a. Sebagian besar responden (96%) merasa puas menggunakan situs jejaring sosial *Facebook* maupun *Friendster* sebagai media untuk membebaskan emosinya (*emotional release*) (lihat grafik 3.2).
- b. Sebagian besar responden yang merasa puas menggunakan situs jejaring sosial *Facebook* & *Friendster* sebagai media *emotional release* adalah responden dengan kisaran umur 18 tahun, adapun frekuensinya sebesar 34 (100%) (lihat tabel 3.37).

- c. Perempuan memiliki tingkat kepuasan yang sama pada *Facebook* dan *Friendster* sebagai media *emotional release* yaitu dengan frekuensi sebesar 67 (94,4%), sedangkan laki – laki cenderung lebih puas pada *Friendster* dengan frekuensi sebesar 27 (93,1%), pada *Facebook* hanya 26 (93,1%) (lihat tabel 3.38).
- d. Pengguna warnet memiliki tingkat kepuasan yang paling tinggi sebagai media *emotional release* dengan frekuensi 56 (94,8%) pada *Facebook* dan 55 (94,8%) pada *Friendster*. Sedangkan pengakses *Facebook* maupun *Friendster* yang menggunakan *free access* memiliki tingkat kepuasan terendah yaitu sebesar 16 (88,2%) (lihat tabel 3.39).

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari penelitian ini, terdapat beberapa hal yang dapat menjadi saran bagi para pembaca, antara lain:

- a. Saran Akademis

Peneliti berharap pada penelitian berikutnya untuk dapat lebih mengkaji fenomena situs jejaring sosial, misalnya dengan memperluas lingkup responden tidak lagi pada remaja saja, karena mengingat situs jejaring sosial yang bersifat universal dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, baik individu maupun komunitas tertentu.

- b. Saran Praktis

Beberapa fitur yang telah ada memang cukup menunjang untuk memenuhi kebutuhan penggunanya untuk pemuasan kebutuhan akan situs jejaring sosial sebagai media. Namun ada beberapa hal yang bisa ditambahkan seperti halnya, kebutuhan akan informasi yang selalu *up to date (cognition)* nampaknya sering mendapatkan perhatian tersendiri bagi para pengguna internet, hal ini dapat dimaksimalkan misalnya dengan menambahkan fitur *news* yang selalu *up to date* pada situs jejaring sosial atau dengan menyertakan berbagai *link* situs berita untuk memudahkan pengguna menikmati fungsi situs jejaring sosial sekaligus dapat meng - *up date* informasi. Sehingga situs jejaring sosial dapat menjadi sebuah fenomena media *one stop on-line activities*, yang memungkinkan penggunanya melakukan berbagai aktivitas internet seperti halnya *browsing, blogging, chatting* dan lain sebagainya hanya dalam satu jendela (*window*).