

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, baik secara deskriptif maupun kuantitatif maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tingkat kepuasan menggunakan media oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi UAJY angkatan 2008 tergolong sedang atau cukup puas.
2. Terdapat perbedaan signifikan tingkat kebutuhan akan informasi antara mahasiswa laki-laki dan mahasiswa perempuan ($t_{hitung} = -2,259$; $p_{value} = 0,026 < 0,05$).
3. Tidak ada perbedaan yang signifikan tingkat kebutuhan akan prestasi antara mahasiswa laki-laki dan mahasiswa perempuan ($t_{hitung} = -1,049$; $p_{value} = 0,296 > 0,05$).
4. Tidak ada perbedaan yang signifikan tingkat kepuasan menggunakan media antara mahasiswa laki-laki dan mahasiswa perempuan ($t_{hitung} = -1,611$; $p_{value} = 0,110 > 0,05$).

Dari beberapa hipotesis penelitian, hanya satu hipotesis yang terbukti yaitu terdapat perbedaan signifikan tingkat kebutuhan akan informasi antara mahasiswa laki-laki dan mahasiswa perempuan.

Uraian tersebut memperlihatkan bahwa informasi yang berkaitan dengan perkuliahan bagi mahasiswa memanglah dianggap sebagai suatu kebutuhan. Meskipun tingkat kebutuhan informasi mengenai perkuliahan tersebut dipersepsikan lebih tinggi oleh mahasiswa perempuan, namun secara umum baik mahasiswa laki-laki maupun mahasiswa perempuan sama-sama memerlukan kebutuhan akan informasi tersebut.

Informasi mengenai aktivitas di kampus ataupun jadwal-jadwal penting dalam perkuliahan bagi mahasiswa merupakan suatu kumpulan informasi yang dapat digunakan untuk menentukan kebijakan atau pun penyesuaian dengan aktivitas-aktivitas lain diluar urusan kampus, sehingga semuanya dapat terlaksana. Selain itu, informasi mengenai perkuliahan yang disampaikan melalui @uajy juga dapat sebagai sarana media komunikasi dengan pihak UAJY itu sendiri.

Berdasarkan pengukuran tingkat kepuasan secara umum, tingkat kepuasannya tergolong cukup baik atau cukup puas. Dengan demikian, media sosial @uajy dapat dikatakan telah cukup mampu memuaskan mahasiswa, meskipun masih ada beberapa hal yang dianggap tidak mampu menciptakan kepuasannya.

B. SARAN

Berdasarkan pada kesimpulan yang telah diuraikan di atas, penulis mempunyai saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi UAJY, diharapkan untuk mempertahankan atau memaksimalkan media twitter sebagai media informasi organisasi.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar responden yang diteliti lebih beragam dikarenakan dalam penelitian ini responden yang digunakan hanya mahasiswa Ilmu Komunikasi UAJY angkatan 2008. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan faktor demografi lain yang memungkinkan menimbulkan perbedaan yang signifikan. Selain itu juga menyertakan motif gratifikasi lain untuk lebih memperkuat penelitian.

C. KETERBATASAN PENELITIAN

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki beberapa kelemahan atau keterbatasan. Keterbatasan tersebut terdapat beberapa hal:

1. Keterbatasan pada alat ukur (kuesioner) yakni peneliti tidak mengukur harapan mengenai media twitter @uajy tersebut, sehingga peneliti hanya menggunakan satu sisi saja yakni mengukur kinerja dari @uajy. Hal ini dilakukan karena menurut asumsi peneliti pengukuran kenyataan saja tanpa menanyakan harapan sudah dapat mewakili tentang gambaran tingkat kepuasannya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan mahasiswa Fisip UAJY saja sebagai subjek penelitian. Sehingga representasi mengenai twitter @uajy terutama dari seluruh mahasiswa di Atma Jaya Yogyakarta belum dapat terwakili, atau hasil penelitian ini hanya dapat menggambarkan kondisi mahasiswa Fisip UAJY.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ali, Mohammad. 2005. *Psikologi Remaja: Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Ardianto, Elvinaro & Komala. Lukiati. 2009. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta. PT Rineka Cipta.
- Aristiari, Agnes. 1998. *Menggagas Jurnalisme Sensitif Gender*. Yogyakarta. PMII Komisariat IAIN Sunan Kalijaga.
- Azwar, Saifudin. 1998. *Metode Penelitian*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Bennet, C. F. 1999. *Reflective Appraisal of Programs (RAP): An approach to Studying Clientele-percieved Result of Cooperative Extention Programs*. Ithaca, NY: Media Service Cornell University.
- Bungin, Burhan. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Cutlip, Scott M, Glen M, Broom & Allen H. Center. 2005. *Effective Public Relations*. Jakarta. Indeks.
- Deconinck, Jim. 2008. "An Examination of The Validity of The Downs and Hazen Communication Satisfaction Questionnaire", *Marketing Management Journal*, volume 18, No. 14, pp 145-153.
- Handoko, Martin. 1992. *Motivasi Daya Penggerak Tingkah Laku*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hurlock, Elizabeth B. 1991. *Child Growth and Development*. New Delhi: McGraw-Hill.
- Junaedi, Ahmad. 2011. *Menentang Tirani Mayoritas: Media dan Masyarakat di Era Kebangkitan Agama*. Jakarta. Serikat Jurnalis untuk Keberagaman dan Hivos.
- Kriyanto, Rachmat. 2006. *Teknis Praktis Komunikasi*. Jakarta. Kencana.
- Lattimore, Dan, Baskin, Otis, T. Heiman, Suzette, L. Toth, Elizabeth & K. Van Leuven James. (2004). *Public Relations: The Profession and the Practice*. New York: McGraw-Hill.
- Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.

- Mueller, B. H., and Lee, J. 2002. "Leader-Member Exchange and Organizational Communication Satisfaction in Multiple Contexts", *The Journal of Business Communication*, volume 39, Number 2, pp 220-244.
- McQuail, D. 1983. *Mass Communication Theory (1st ed)*. London: Sage.
- Nakra, Prema. 2000. *Corporate Reputation Management: CRM with a Strategic Twist*. Public Relation Quarterly.
- Pace, R. Wayne & Faule, Don. F. 1998. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Pavlik, John Vernon. 1996. *New Media Technology: Cultural and Commercial Perspective*. USA. Allyn and Bacon.
- Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan melalui Sosial Media*. Jakarta. PT Elex Media Komputindo.
- Severin, Werner J. dan Tankard, James W. Jr. 2008. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi. 1995. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta. LP3ES.
- Sopiah. 2008. *Perilaku Organisasional*. Yogyakarta. Andi.
- Subagyo, Andreas B. 2004. *Pengantar Riset Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung. Yayasan Kalam Hidup.
- Uchjana, Effendy. 1984. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung. Remadja Karya.
- Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- West. Ricard & Turner. Lynn. H. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta. Salemba Humanika.
- Wood, Julia. 2005. *Gendered Lives: Communication, Gender, and Culture (6th ed)*. Belmont. California: Wadsworth.
- Yamit, Zulian. 2001. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta. Ekonesia.

Internet:

<http://tekno.kompas.com/read/2011/10/28/16534635/Naik.13.Juta.Pengguna.Internet.Indonesia.55.Juta.Orang>

<http://terselubung.blogspot.com/2012/02/sejarah-twitter-yang-fenomenal.html>

<http://komunitaspr.wordpress.com/>

Skripsi

Purnamasari, Dwita. 2012. *Pemanfaatan New Media dalam Membangun Hubungan Pelanggan (Studi Kasus Penggunaan New Media di PT. Aseli Dagadu Djogdja)*. Yogyakarta.

Suryanti, Winda. 2010. *Kepuasan Komunikasi Mahasiswa dalam Proses Pembimbingan Skripsi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta*. Yogyakarta.







KUESIONER

A. Identitas Responden

Anda diminta memberikan tanda silang (x) untuk menjawab pertanyaan yang memiliki alternatif pilihan jawaban.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : a. Laki-laki
b. Perempuan
3. Akun Twitter :

B. Kebutuhan menggunakan media oleh mahasiswa

Untuk pernyataan-pernyataan berikut ini pilihlah salah satu dari jawaban yang telah disediakan sesuai dengan kriteria jawaban Anda dengan memberikan tanda centang (v)

1. Kebutuhan akan Informasi

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Ketika mengakses media twitter @uajy, saya berharap mendapat informasi mengenai universitas					
2	Ketika mengakses media twitter @uajy, saya berharap mendapat informasi seputar perkuliahan					
3	Media twitter @uajy merupakan media yang saya pilih untuk mendapat informasi mengenai universitas dan perkuliahan					

2. Kebutuhan akan Prestasi

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
4	Saya merasa isi informasi yang diberikan melalui media twitter @uajy dapat menunjang kewajiban saya sebagai mahasiswa					
5	Saya merasa dengan adanya media twitter @uajy dapat membantu saya dalam hal perkuliahan					

C. Tingkat Kepuasan Menggunakan Media oleh Mahasiswa

1. Kualitas Media Komunikasi

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
6	Media twitter @uajy menyediakan informasi sesuai dengan yang Anda cari					
7	Informasi yang disajikan dalam media twitter @uajy dapat diterima					
8	Informasi yang ada dalam media twitter @uajy dapat dipercaya					
9	Informasi yang disajikan dalam media twitter @uajy dapat menjawab kebutuhan anda					

10	Saya mengerti isi informasi yang saya baca dari media twitter @uajy					
11	Isi informasi yang saya baca dari media twitter @uajy selalu <i>up to date</i>					
12	Saya merasa bahwa informasi yang ada pada media twitter @uajy variatif					
13	Saya merasa konten informasi yang diberikan melalui media twitter @uajy sudah sesuai					
14	Saya merasa konten informasi yang diberikan melalui media twitter @uajy sudah lengkap					
15	Saya cenderung menyetujui informasi yang disediakan oleh media twitter @uajy					
16	Saya cenderung melakukan respon (<i>comment/ reply/ retweet</i>) terhadap informasi yang diberikan oleh media twitter @uajy					
17	Informasi yang diberikan oleh media twitter @uajy bersifat informatif					
18	Setelah mengakses media twitter @uajy, saya merasa puas karena mendapat berbagai informasi mengenai universitas dan perkuliahan					
19	Setelah mengakses media twitter @uajy, saya merasa puas karena dapat menyalurkan saran kepada universitas					

2. Efisiensi Media Informasi

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
20	Saya merasa media twitter @uajy merupakan media efektif sebagai media informasi organisasi					
21	Saya merasa media twitter @uajy merupakan media yang tepat untuk mencari informasi mengenai universitas					
22	Saya merasa media twitter @uajy membantu saya dalam memperoleh informasi mengenai universitas					
23	Saya merasa media twitter @uajy membantu saya dalam memperoleh informasi mengenai perkuliahan					

3. Kemudahan Mendapatkan Informasi

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
24	Saya dapat dengan mudah mengakses media twitter @uajy					
25	Saya merasa media twitter @uajy memberikan informasi secara rutin					
26	Admin media twitter @uajy memberikan jawaban atas pertanyaan yang saya ajukan					
27	Akses cepat dalam mengakses media twitter @uajy					



Kebutuhan akan informasi

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	119	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	119	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.731	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KAI.1	7.71	2.769	.590	.633
KAI.2	7.79	2.184	.646	.528
KAI.3	8.17	2.158	.474	.776

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.83	4.700	2.168	3

Kebutuhan akan prestasi

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	119	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	119	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.740	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KAP.1	3.17	1.158	.589	. ^a
KAP.2	3.10	1.007	.589	. ^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
6.27	3.436	1.854	2

Kebutuhan akan kekuasaan

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	119	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	119	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.780	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KAK.1	3.34	1.363	.651	. ^a
KAK.2	3.71	.935	.651	. ^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
7.06	3.768	1.941	2

Ketepatan informasi

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	119	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	119	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KI.1	25.32	24.423	.475	.823
KI.2	24.80	25.739	.480	.822
KI.3	24.65	24.857	.499	.820
KI.4	25.59	25.176	.450	.825
KI.5	24.92	26.037	.399	.830
KI.6	25.66	22.855	.658	.801
KI.7	25.48	23.269	.631	.805
KI.8	25.38	22.746	.638	.803
KI.9	25.84	23.525	.618	.806

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
28.45	30.114	5.488	9

Efisiensi media informasi

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	119	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	119	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
EMI.1	9.79	5.489	.563	.753
EMI.2	9.76	5.165	.699	.684
EMI.3	9.78	5.257	.695	.687
EMI.4	10.07	5.928	.449	.810

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13.13	9.067	3.011	4

Kemudahan mendapatkan informasi

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	119	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	119	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.742	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KMI.1	8.97	6.415	.396	.754
KMI.2	10.26	4.228	.670	.597
KMI.3	10.11	4.369	.587	.654
KMI.4	9.58	5.093	.521	.691

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
12.97	8.228	2.868	4

Kualitas media komunikasi

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	119	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	119	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.748	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KMK.1	12.18	8.338	.540	.696
KMK.2	12.68	8.711	.369	.757
KMK.3	11.95	8.167	.574	.684
KMK.4	12.55	7.708	.546	.691
KMK.5	12.55	7.825	.555	.688

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.48	11.980	3.461	5

Kebutuhan akan informasi

		Jenis kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	58	48.7	48.7	48.7
	Perempuan	61	51.3	51.3	100.0
	Total	119	100.0	100.0	



Kebutuhan akan Informasi

Frequency Table

KAI.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
	Tidak Setuju	3	2.5	2.5	4.2
	Netral	3	2.5	2.5	6.7
	Setuju	81	68.1	68.1	74.8
	Sangat Setuju	30	25.2	25.2	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

KAI.2

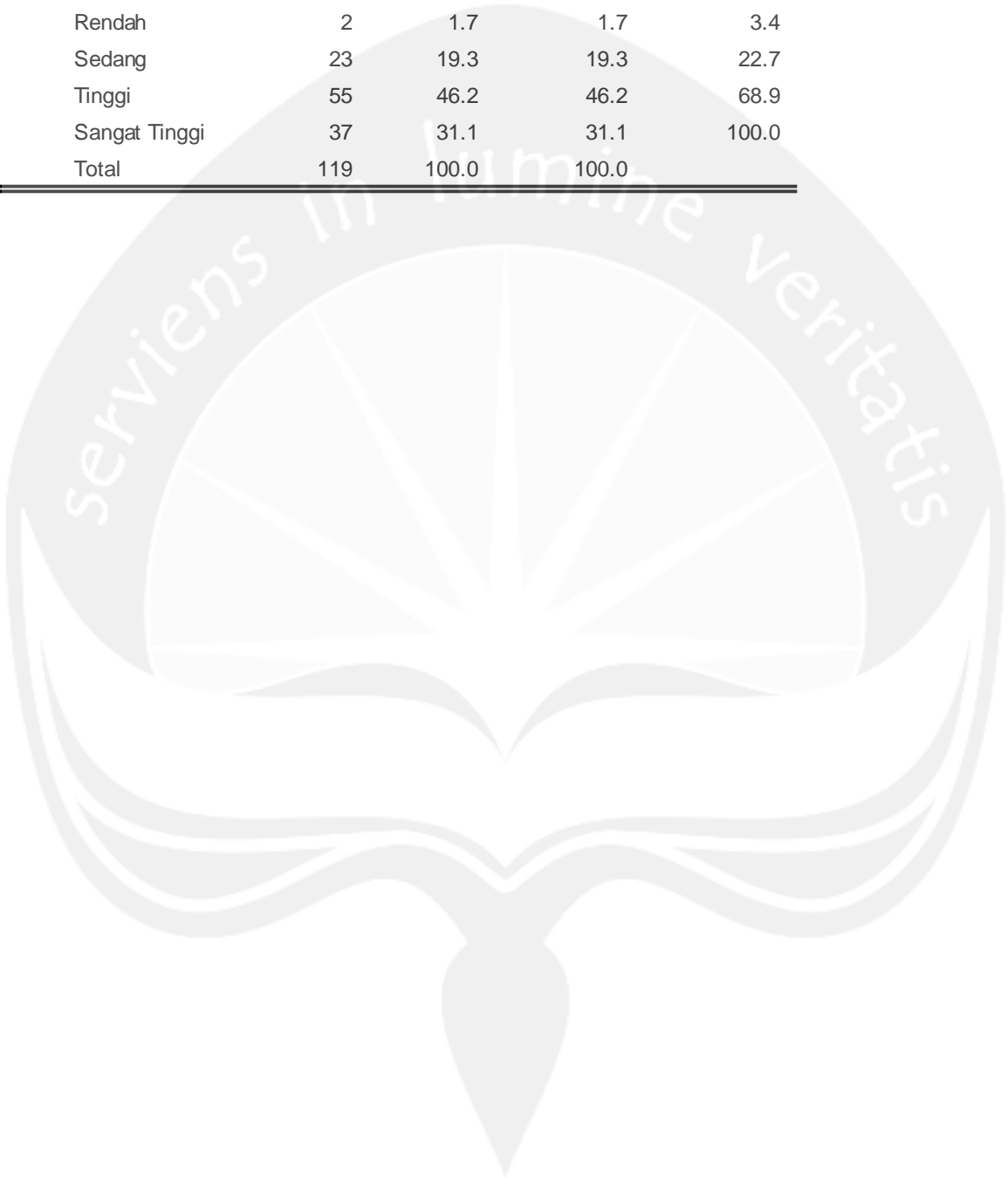
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
	Tidak Setuju	10	8.4	8.4	10.1
	Netral	3	2.5	2.5	12.6
	Setuju	70	58.8	58.8	71.4
	Sangat Setuju	34	28.6	28.6	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

KAI.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	2.5	2.5	2.5
	Tidak Setuju	20	16.8	16.8	19.3
	Netral	13	10.9	10.9	30.3
	Setuju	61	51.3	51.3	81.5
	Sangat Setuju	22	18.5	18.5	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Kebutuhan akan informasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	2	1.7	1.7	1.7
	Rendah	2	1.7	1.7	3.4
	Sedang	23	19.3	19.3	22.7
	Tinggi	55	46.2	46.2	68.9
	Sangat Tinggi	37	31.1	31.1	100.0
	Total	119	100.0	100.0	



Kebutuhan akan prestasi

Frequency Table

KAP.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	4.2	4.2	4.2
	Tidak Setuju	36	30.3	30.3	34.5
	Netral	23	19.3	19.3	53.8
	Setuju	52	43.7	43.7	97.5
	Sangat Setuju	3	2.5	2.5	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

KAP.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	8	6.7	6.7	6.7
	Tidak Setuju	31	26.1	26.1	32.8
	Netral	18	15.1	15.1	47.9
	Setuju	57	47.9	47.9	95.8
	Sangat Setuju	5	4.2	4.2	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Kebutuhan akan prestasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	6	5.0	5.0	5.0
	Rendah	34	28.6	28.6	33.6
	Sedang	19	16.0	16.0	49.6
	Tinggi	53	44.5	44.5	94.1
	Sangat Tinggi	7	5.9	5.9	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Kebutuhan akan kekuasaan

Frequency Table

KAK.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	2.5	2.5	2.5
	Tidak Setuju	16	13.4	13.4	16.0
	Netral	11	9.2	9.2	25.2
	Setuju	71	59.7	59.7	84.9
	Sangat Setuju	18	15.1	15.1	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

KAK.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	7	5.9	5.9	5.9
	Tidak Setuju	30	25.2	25.2	31.1
	Netral	13	10.9	10.9	42.0
	Setuju	53	44.5	44.5	86.6
	Sangat Setuju	16	13.4	13.4	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Kebutuhan akan kekuasaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	6	5.0	5.0	5.0
	Rendah	17	14.3	14.3	19.3
	Sedang	19	16.0	16.0	35.3
	Tinggi	56	47.1	47.1	82.4
	Sangat Tinggi	21	17.6	17.6	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Frequency Table

Kebutuhan akan informasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	2	1.7	1.7	1.7
	Rendah	2	1.7	1.7	3.4
	Sedang	23	19.3	19.3	22.7
	Tinggi	55	46.2	46.2	68.9
	Sangat Tinggi	37	31.1	31.1	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Kebutuhan akan prestasi

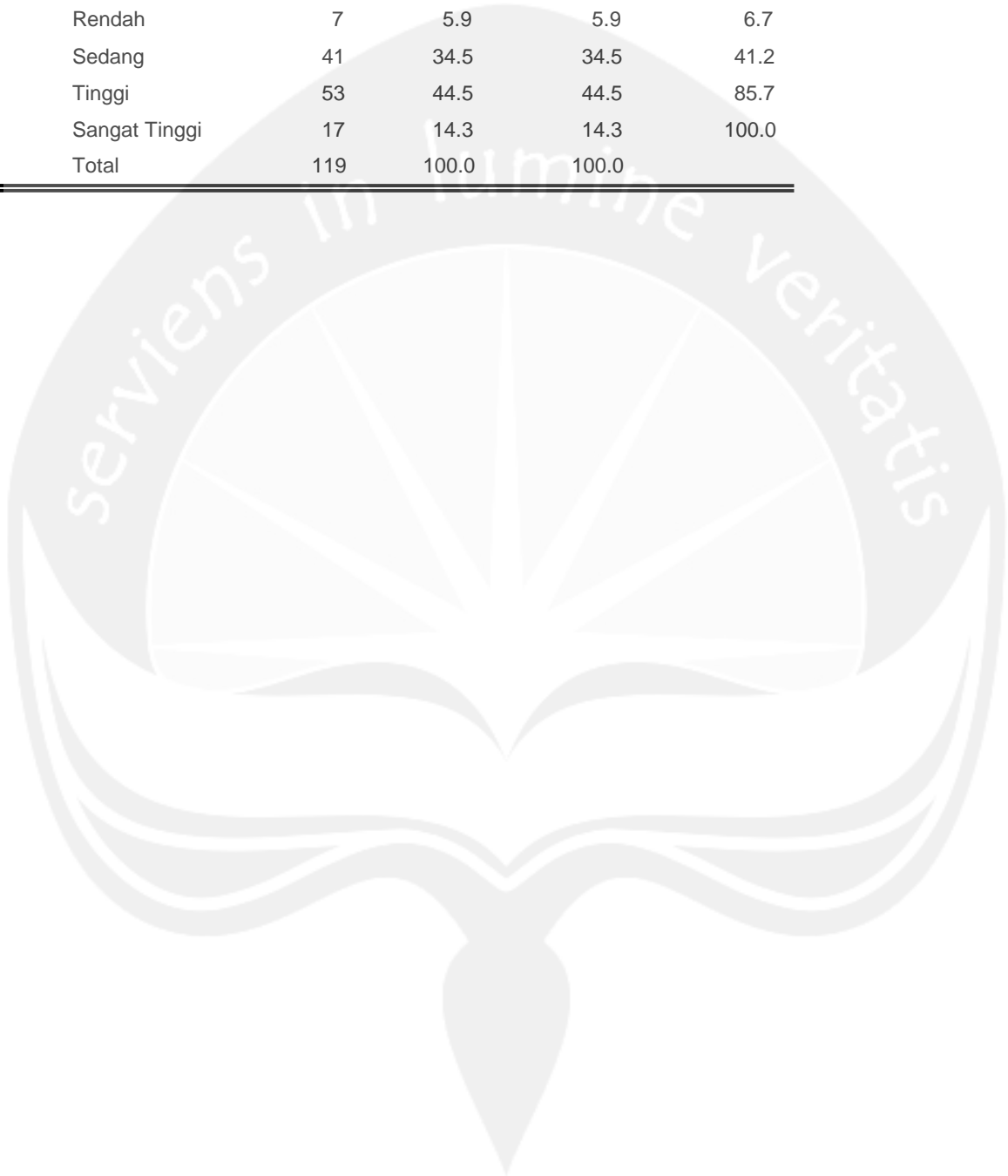
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	6	5.0	5.0	5.0
	Rendah	34	28.6	28.6	33.6
	Sedang	19	16.0	16.0	49.6
	Tinggi	53	44.5	44.5	94.1
	Sangat Tinggi	7	5.9	5.9	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Kebutuhan akan kekuasaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	6	5.0	5.0	5.0
	Rendah	17	14.3	14.3	19.3
	Sedang	19	16.0	16.0	35.3
	Tinggi	56	47.1	47.1	82.4
	Sangat Tinggi	21	17.6	17.6	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Kepuasan menggunakan media

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	1	.8	.8	.8
	Rendah	7	5.9	5.9	6.7
	Sedang	41	34.5	34.5	41.2
	Tinggi	53	44.5	44.5	85.7
	Sangat Tinggi	17	14.3	14.3	100.0
	Total	119	100.0	100.0	



Kualitas Media Komunikasi

Frequency Table

KMK.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	3.4	3.4	3.4
	Tidak Setuju	38	31.9	31.9	35.3
	Netral	17	14.3	14.3	49.6
	Setuju	58	48.7	48.7	98.3
	Sangat Setuju	2	1.7	1.7	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

KMK.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Tidak Setuju	15	12.6	12.6	13.4
	Netral	12	10.1	10.1	23.5
	Setuju	87	73.1	73.1	96.6
	Sangat Setuju	4	3.4	3.4	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

KMK.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Tidak Setuju	15	12.6	12.6	13.4
	Netral	10	8.4	8.4	21.8
	Setuju	73	61.3	61.3	83.2
	Sangat Setuju	20	16.8	16.8	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

KMK.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	2.5	2.5	2.5
	Tidak Setuju	49	41.2	41.2	43.7
	Netral	28	23.5	23.5	67.2
	Setuju	39	32.8	32.8	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

KMK.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Tidak Setuju	18	15.1	15.1	16.0
	Netral	22	18.5	18.5	34.5
	Setuju	73	61.3	61.3	95.8
	Sangat Setuju	5	4.2	4.2	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

KMK.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	7	5.9	5.9	5.9
	Tidak Setuju	50	42.0	42.0	47.9
	Netral	24	20.2	20.2	68.1
	Setuju	36	30.3	30.3	98.3
	Sangat Setuju	2	1.7	1.7	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

KMK.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	2.5	2.5	2.5
	Tidak Setuju	47	39.5	39.5	42.0
	Netral	20	16.8	16.8	58.8
	Setuju	48	40.3	40.3	99.2
	Sangat Setuju	1	.8	.8	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

KMK.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	7	5.9	5.9	5.9
	Tidak Setuju	35	29.4	29.4	35.3
	Netral	22	18.5	18.5	53.8
	Setuju	52	43.7	43.7	97.5
	Sangat Setuju	3	2.5	2.5	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

KMK.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	9	7.6	7.6	7.6
	Tidak Setuju	58	48.7	48.7	56.3
	Netral	22	18.5	18.5	74.8
	Setuju	30	25.2	25.2	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

KMK.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
	Tidak Setuju	28	23.5	23.5	25.2
	Netral	24	20.2	20.2	45.4
	Setuju	63	52.9	52.9	98.3
	Sangat Setuju	2	1.7	1.7	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

KMK.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	7	5.9	5.9	5.9
	Tidak Setuju	53	44.5	44.5	50.4
	Netral	18	15.1	15.1	65.5
	Setuju	39	32.8	32.8	98.3
	Sangat Setuju	2	1.7	1.7	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

KMK.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
	Tidak Setuju	21	17.6	17.6	19.3
	Netral	15	12.6	12.6	31.9
	Setuju	74	62.2	62.2	94.1
	Sangat Setuju	7	5.9	5.9	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

KMK.13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	7	5.9	5.9	5.9
	Tidak Setuju	44	37.0	37.0	42.9
	Netral	22	18.5	18.5	61.3
	Setuju	42	35.3	35.3	96.6
	Sangat Setuju	4	3.4	3.4	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

KMK.14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	9	7.6	7.6	7.6
	Tidak Setuju	38	31.9	31.9	39.5
	Netral	25	21.0	21.0	60.5
	Setuju	47	39.5	39.5	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Kualitas media komunikasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	3	2.5	2.5	2.5
	Tidak Puas	34	28.6	28.6	31.1
	Cukup Puas	43	36.1	36.1	67.2
	Puas	38	31.9	31.9	99.2
	Sangat Puas	1	.8	.8	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Efisiensi media informasi

Frequency Table

EMI.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	4.2	4.2	4.2
	Tidak Setuju	27	22.7	22.7	26.9
	Netral	11	9.2	9.2	36.1
	Setuju	74	62.2	62.2	98.3
	Sangat Setuju	2	1.7	1.7	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

EMI.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	3.4	3.4	3.4
	Tidak Setuju	24	20.2	20.2	23.5
	Netral	18	15.1	15.1	38.7
	Setuju	70	58.8	58.8	97.5
	Sangat Setuju	3	2.5	2.5	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

EMI.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Tidak Setuju	30	25.2	25.2	26.1
	Netral	18	15.1	15.1	41.2
	Setuju	66	55.5	55.5	96.6
	Sangat Setuju	4	3.4	3.4	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

EMI.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	3.4	3.4	3.4
	Tidak Setuju	41	34.5	34.5	37.8
	Netral	18	15.1	15.1	52.9
	Setuju	55	46.2	46.2	99.2
	Sangat Setuju	1	.8	.8	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Efisiensi media informasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	3	2.5	2.5	2.5
	Tidak Puas	23	19.3	19.3	21.8
	Cukup Puas	30	25.2	25.2	47.1
	Puas	56	47.1	47.1	94.1
	Sangat Puas	7	5.9	5.9	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Kemudahan mendapatkan informasi

Frequency Table

KMI.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Tidak Setuju	5	4.2	4.2	5.0
	Netral	6	5.0	5.0	10.1
	Setuju	88	73.9	73.9	84.0
	Sangat Setuju	19	16.0	16.0	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

KMI.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	9	7.6	7.6	7.6
	Tidak Setuju	55	46.2	46.2	53.8
	Netral	21	17.6	17.6	71.4
	Setuju	29	24.4	24.4	95.8
	Sangat Setuju	5	4.2	4.2	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

KMI.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	10	8.4	8.4	8.4
	Tidak Setuju	45	37.8	37.8	46.2
	Netral	19	16.0	16.0	62.2
	Setuju	41	34.5	34.5	96.6
	Sangat Setuju	4	3.4	3.4	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

KMI.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	4.2	4.2	4.2
	Tidak Setuju	20	16.8	16.8	21.0
	Netral	21	17.6	17.6	38.7
	Setuju	69	58.0	58.0	96.6
	Sangat Setuju	4	3.4	3.4	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Kemudahan mendapatkan informasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	3	2.5	2.5	2.5
	Tidak Puas	19	16.0	16.0	18.5
	Cukup Puas	46	38.7	38.7	57.1
	Puas	44	37.0	37.0	94.1
	Sangat Puas	7	5.9	5.9	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Frequencies

Frequency Table

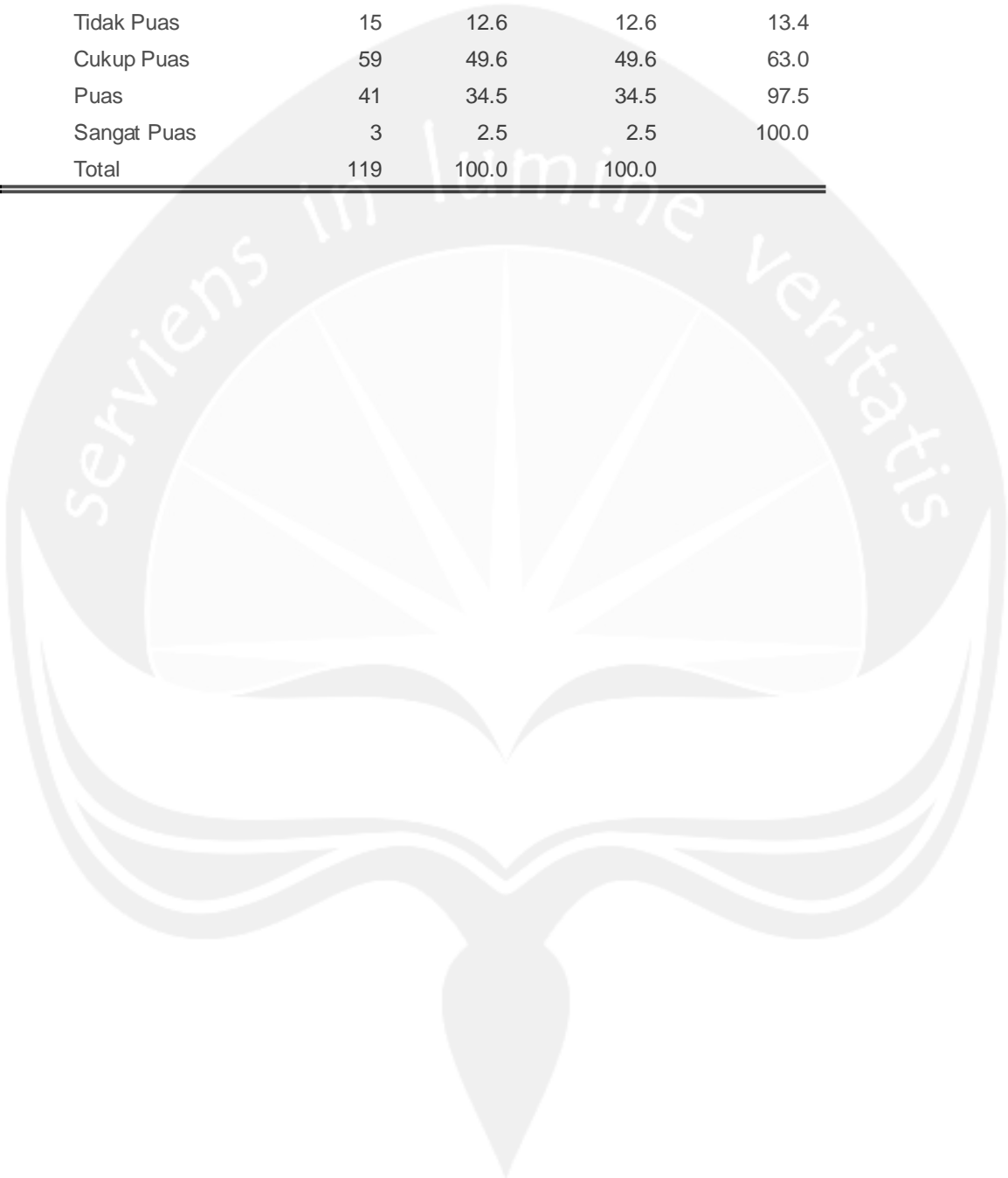
Kualitas media komunikasi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	3	2.5	2.5	2.5
	Tidak Puas	34	28.6	28.6	31.1
	Cukup Puas	43	36.1	36.1	67.2
	Puas	38	31.9	31.9	99.2
	Sangat Puas	1	.8	.8	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Efisiensi media informasi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	3	2.5	2.5	2.5
	Tidak Puas	23	19.3	19.3	21.8
	Cukup Puas	30	25.2	25.2	47.1
	Puas	56	47.1	47.1	94.1
	Sangat Puas	7	5.9	5.9	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Kemudahan mendapatkan informasi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	3	2.5	2.5	2.5
	Tidak Puas	19	16.0	16.0	18.5
	Cukup Puas	46	38.7	38.7	57.1
	Puas	44	37.0	37.0	94.1
	Sangat Puas	7	5.9	5.9	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Kepuasan menggunakan media

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	1	.8	.8	.8
	Tidak Puas	15	12.6	12.6	13.4
	Cukup Puas	59	49.6	49.6	63.0
	Puas	41	34.5	34.5	97.5
	Sangat Puas	3	2.5	2.5	100.0
	Total	119	100.0	100.0	





LAMPIRAN 3

T-Test

Group Statistics

	Jenis kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kebutuhan akan informasi	Laki-laki	58	3.7931	.80647	.10590
	Perempuan	61	4.0874	.60523	.07749
Kebutuhan akan prestasi	Laki-laki	58	3.0431	.96557	.12679
	Perempuan	61	3.2213	.88753	.11364
Kebutuhan akan kekuasaan	Laki-laki	58	3.4741	1.10589	.14521
	Perempuan	61	3.5820	.82755	.10596
Kebutuhan menggunakan media	Laki-laki	58	3.4368	.69618	.09141
	Perempuan	61	3.6302	.61320	.07851

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Kebutuhan akan informasi	Equal variances assumed	-2.259	117	.026
	Equal variances not assumed	-2.243	105.619	.027
Kebutuhan akan prestasi	Equal variances assumed	-1.049	117	.296
	Equal variances not assumed	-1.047	114.914	.297
Kebutuhan akan kekuasaan	Equal variances assumed	-.604	117	.547
	Equal variances not assumed	-.600	105.455	.550
Kebutuhan menggunakan media	Equal variances assumed	-1.611	117	.110
	Equal variances not assumed	-1.605	113.459	.111

T-Test

Group Statistics

	Jenis kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kualitas media komunikasi	Laki-laki	58	3.0138	.72243	.09485
	Perempuan	61	3.1738	.65876	.08435
Efisiensi media informasi	Laki-laki	58	3.1983	.74008	.09718
	Perempuan	61	3.3648	.76181	.09754
Kemudahan mendapatkan informasi	Laki-laki	58	3.1767	.70867	.09305
	Perempuan	61	3.3074	.72513	.09284
Kepuasan menggunakan media	Laki-laki	58	3.1135	.62727	.08236
	Perempuan	61	3.2748	.58146	.07445

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Kualitas media komunikasi	Equal variances assumed	-1.263	117	.209
	Equal variances not assumed	-1.260	114.667	.210
Efisiensi media informasi	Equal variances assumed	-1.208	117	.229
	Equal variances not assumed	-1.209	116.944	.229
Kemudahan mendapatkan informasi	Equal variances assumed	-.993	117	.323
	Equal variances not assumed	-.994	116.909	.322
Kepuasan menggunakan media	Equal variances assumed	-1.456	117	.148
	Equal variances not assumed	-1.453	115.161	.149



No	Nama Mahasiswa	Akun Twitter
1	Theresia Eka Chandra	@ekachandra
2	Christina Erika Febriani	@itinerika
3	Christina Leimena	@kityleimena
4	Novera Astya Devi	@dephoi_
5	Ayas Saras	@ayazyayaz
6	Aldhila Sukma	@dhiladingdong
7	Minami Khatulistiwa	@khatulistiwa_22
8	Tia Saraswati	@tiamamodd
9	Clarice Christina	@claricetia
10	Rory Lasweny	@rorylaswell
11	Rini Errivanh	@rinierrivanh
12	Godeliva Citra Ivana	@CitraIvana
13	Charlote Soca	@socaatisomya
14	Rina Apriyani	@rinaapriyani
15	Aditya Irwanyanto	@airwanyanto
16	Amanda Giacinta	@amandagiacinta
17	Anastasia Anindya Paramita	@AanindyaP
18	Andre Indra	@andreyindra
19	Bonar Stefan Simatupang	@stefanbonar
20	Christina HP	@Tina_HP
21	Dian Carita	@diancarita
22	Cindy Cloudia	@cynnclo diaa

23	Paskalia Ditha R	@paskaliaditha
24	Donna Bella	@donnbells
24	Eko Febri A. Panggabean	@EkoGabe
25	Elizabeth Purnomo	@v_olett
26	Evi Maria Pardosi	@maria_pardosi
27	Prizka Zahra	@PrizkaZahra
28	Stefanie Nieke	@fanienieke
29	Gina Astrila	@ginaastrila
30	Jazinta Venita	@JazintaVenita
31	Paulina D Soejito	@PaulinSoejito
32	Bonita Larendo	@bonitalarendo
33	Kristin Liu	@juztitin
34	Laurentia Liliani Herfangsyah	@fanglielie
35	Lova Natassa	@cielova
36	Magdalena Natalie	@magdalenanatalie
37	Melisa Agustin	@ci_mel
38	Moses Valentiano	@MosesCrue
39	Natalie Sasmie	@summereNATA
40	Niesa Febriana	@Niesa_Febriana
41	Oti Sitorus	@otisitorus
42	Felix	@felzfrederick
43	Patrick Otvý	@patrickotvy
44	Poetry Gita Oktonovianty	@poetrygita

45	Pradiptya ACP	@PradiptyaACP
46	Sebastian Lintang	@lintunk
47	Sekar Kinanti	@sekarkiki
48	Suhendra Jomi Tanjung	@hendrajomiTJ
49	Tyas Dewantiningrum	@Tyas_DW
50	Valeria Katya Poriskova	@poris_kova
51	Yanny Hariati	@yannyhariati
52	Yohanes Januadi	@yjanuadi
53	Yosefha Erlina	@yosefhaerlina
54	Theodurus Yudi K	@theodurusyudi
55	Theresia Putri	@theresiautie
56	Sherly Hindra Negoro	@sherly_yus
57	Benedictus Yanuarto	@bennymamba
58	Adhi Nugraha SA	@adhiinugraha
59	Reza Tolent	@bigtolent
60	Aloysius Reza	@RezaAlejandro
61	Sesilia Pramudita	@sesiliadita
62	Devita Miranti Y	@devitamiranti
63	Aditya Mardiasuti	@steviegnazt
64	Natalia Eka Jiwanggi	@natalljiwanggi
65	Benedikta Thia	@benediktathia
66	Agatha Neni P	@NeniPrameswari
67	Dionysia Dewi	@dionysia_dewi

68	Samuel Fernandez	@sam_2648DQ
69	Ajeng Anggrahita	@dayuajeng
70	Mery Melita	@merymeilita_mey
71	Indra Setiaksa	@indrasetiaksa
72	Wike Hanggana Raras	@KekeMaria
73	Caecilia Wijayanti	@cwijayanti
74	Patricia Kandi	@patriciakandi
75	Brito Ari Mubyarto	@britbrito
76	Agustina	@NhaCheese
77	Dandy Cahyo	@dandycahyo
78	Vetta Medica	@VettaMedica
79	Nanda AB	@Nanda_AB
80	Roosa Rusfinda	@findasinaga
81	Agustina Niken	@agustinniken
82	Fransisca Tika	@tika_fransisca
83	Haryo Achmantyo	@JudasJennae
84	Olivia Monica Taway	@viataway
85	Yustinus Agus	@yustinusagus
86	Aurelia Titis	@aureliatitis
87	Martya Dewanti	@martyadewanti
88	Maria Gurita	@aboutita
89	Nelson Sotarduga	@NelsonSotarduga
90	Theodora R Atmadja	@TheodoRanAtmaja

91	Petra Anderson	@petraanderson
92	Putu Feby Larasati	@ebylarasati
93	Giovanny Saully	@GioSaully
94	Jonathan Haryono	@jonathanharyono
95	Maria Catherine Dianti	@CathArhien
96	Adithya Fendi Wijaya	@fywijaya
97	Fransisca Anjarsari R	@anjar_anjang
98	Simon Simangunsong	@maxcomsimon
99	David Eka Issetiabudi	@bijisalak
100	Tesa Oktiana Surbakti	@tesadeselle
101	Lorenza Monica	@smilelorensa
102	Ratih FKA	@ratihFKA
103	Sinta Dwi	@sintadwim
104	Hilda Cherie	@hildacherie
105	Faustina Niken Sasi	@nikensasi
106	Maria Novena Rarahita	@adjenkrarahita
107	Cecillia Cati Rahayu	@cati_lilsinger
108	Henderina Marcus	@RinaApriyani
109	Ridho Satria Harahap	@RidhoSatria
110	Lusi Lestari	@Lusi_jc
111	Lusi Hasiana Sibarani	@uciesibarani
112	Josua Pebriandi	@josuapebriandi
113	Dwi Mei Sulistya	@soelsoul

114	Monica Arianti	@MonicaArianti
115	Sixtus Ronaldo	@SixtuzRonaldo
116	Bernadeta Dinda Putri	@bernadetadinda
117	Triadja Putra Nugraha	@odiek
118	Bernadeta Danti	@bernadetadanti
119	Benedectus Vega	@benedectusvega
Jumlah		134

Data mahasiswa FISIP UAJY angkatan 2008 yang menjadi *followers* akun twitter

@uajy



LAMPIRAN 5

DOKUMENTASI

Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2008 sedang mengisi kuesioner dari peneliti

