

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

Sesuai dengan hasil temuan data yang diperoleh dari kuesioner yang telah disebar oleh peneliti kepada 100 responden dan analisis data yang berhasil dilakukan, penelitian ini mampu menjawab rumusan masalah yang ada yaitu untuk mengetahui pengaruh intensitas mengakses akun twitter @collegemenfess terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers mengenai perkuliahan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi 0.000 lebih kecil daripada 0,05 yang menunjukkan H1 diterima dan H0 ditolak. Regresi linier sederhana antara intensitas mengakses media sosial dan kebutuhan informasi memperoleh nilai koefisien regresi yang positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengaruh intensitas mengakses akun Twitter @collegemenfess semakin tinggi pula pemenuhan kebutuhan informasi followers mengenai perkuliahan. Variabel intensitas mengakses akun twitter @collegemenfess mampu mempengaruhi variabel kebutuhan informasi mengenai perkuliahan sebesar 26,3% dan sisanya dipengaruhi variabel lain.

Mayoritas followers akun twitter @collegemenfess memiliki jenis kelamin perempuan dengan persentase 73%. Sedangkan rentang usia followers didominasi oleh pengguna yang memiliki rentang usia 17-25 tahun. Kemudian, *followers* didominasi oleh pengguna yang belajar di

universitas swasta dengan persentase 61%. Kategori jenis kelamin, usia, dan universitas asal menganggap bahwa akun twitter @collegemenfess memenuhi kebutuhan informasi mengenai perkuliahan.

Berhubungan dengan penelitian ini, *followers* @collegemenfess adalah bagian yang penting, karena *followers* akun tersebut memiliki sebuah tujuan untuk memenuhi kebutuhannya. Selanjutnya, *Audience* memiliki inisiatif yang tinggi untuk mencari cara memenuhi kebutuhan dengan pemilihan media yang tepat dalam proses komunikasinya. *Followers* @collegemenfess berusaha mencari cara untuk memenuhi kebutuhan informasi perkuliahan di Twitter, yaitu @collegemnfess.

Asumsi selanjutnya adalah audiens memiliki tujuan yang di dapat dari media. Dalam penelitian ini *followers* menggunakan media akun Twitter @collegemenfess memiliki sebuah tujuan untuk dapat memenuhi kebutuhan informasinya seputar perkuliahan. Asumsi yang terakhir adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif tertentu. Sama seperti penelitian ini, khalayak atau *followers* menggunakan akun @collegemenfess di Twitter dikarenakan memiliki motif tertentu yaitu memenuhi kebutuhan informasinya. Kesimpulannya Teori *uses and gratification* merupakan sebuah dasar dalam penelitian ini terkait penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

## **B. SARAN**

Adapun saran yang dapat peneliti berikan, berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan. Terdapat dua saran yaitu saran akademis dan saran praktis.

**a. Saran Akademis**

Penelitian ini berfokus pada konten yang secara general di tampilkan di dalam akun twitter @collegemenfess. Peneliti selanjutnya dapat mengangkat penelitian yang berkaitan dengan konten *curhat* mahasiswa yang terdapat dalam akun @collegemenfess. Sehingga penelitian selanjutnya memiliki topik yang lebih menarik. Selain itu peneliti lain juga dapat mengangkat penelitian dengan variabel independen lain, seperti ekspresi diri untuk mencari tahu faktor yang mempengaruhi mahasiswa *curhat* di akun twitter @collegemenfess.

**b. Saran Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai evaluasi untuk @collegemenfess dalam meningkatkan kebutuhan informasi mengenai perkuliahan. Selain itu Untuk meningkatkan penyebaran informasi dari akun twitter @Collegemenfess diperlukan untuk terus memberikan informasi yang berupa gambar atau info yang disisipkan gambar sehingga *followers* bisa memahami informasi terkait perkuliahan dengan lebih mudah dan menyenangkan melalui yang konten kretatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2017). *KOMUNIKASI MASSA Suatu Pengantar Edisi Revisi* (R. Karyanti, ed.).
- Coronel, C., & Morris, S. (2016). *Database systems: design, implementation, & management*. Cengage Learning.
- Damaiyanti, C. D., & Fatmawati, E. (2015). Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pemustaka Nonkaryawan Di Perpustakaan Bank Indonesia Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 3(1), 35-48.
- Hamzah, R. E. (2015). Penggunaan Media Sosial di Kampus Dalam Mendukung Pembelajaran Pendidikan. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 14(1), 45-70.
- Jafar, R. A. N., Hadawiah, H., & Zelfia, Z. (2021). Pengaruh Akun Twitter @Collegemenfess Terhadap Pemenuhan Informasi Mahasiswa Di Makassar. *RESPON*, 2(3). Diakses dari <http://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/jils/article/view/3804>.
- Kurniawan, R. & Yuniarto, B. (2016). Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R. Jakarta: Kencana.
- Maharani, E (2016). Minat Pelajar DIY Akses Internet Tertinggi Se-Indonesia. *Republika.co.id*. Diakses dari <https://www.republika.co.id/berita/ocx1v2335/minat-pelajar-diy-akses-internet-tertingg-seindonesia>
- Manajemen UMA, (2022). Teori New Media. *manajemen.uma.ac.id*. Diakses dari : <https://manajemen.uma.ac.id/2022/06/teori-new-media-pengertian-fungsi-dan-manfaatnya/>
- McQuail, D. (2011). Teori Komunikasi Massa, Edisi 6 Buku 1. *Jakarta: Salemba Humanika*.
- Mulyana, D. (2018). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT Remaja Rodakarya.
- Murti, D. C. W. (2013). Keyboard action end up political party: Understanding the intertwining relations of social media activism, citizenship, and the dynamics of democracy in Indonesia. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 3(2), 32.
- Murti, D. C. W., Kusumastuti, Z. R., Handoko, V. S., & Wijaya, A. B. M. (2022). Peningkatan digitalisasi pariwisata di wilayah desa purwoharjo, kulon progo. *Jurnal Atma Inovasia*, 2(1), 14-19.
- Perdana, C. R. G., Rizal, E., & Khadijah, U. L. S. (2012). Hubungan Twitter Jatinangorku dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Daerah Jatinangor bagi Followers. *Students e-Journal*, 1(1), 19. Diakses dari: <http://journal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/1247>
- Putra, Y.M., & Harsono, L.D. (2015). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tugas Akhir (Survei terhadap followers @TA\_FEB). *eProceedings of Management*, 2(1). Diakses dari

- <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/1127/1080>
- Rachmat, K. D. (2010). Teknik Praktis: Riset Komunikasi. Jakarta: kencana.
- Razak, A.H. (2023). Berapa biaya hidup mahasiswa di Jogja per bulan? Ini hasilnya. *harianjogja.com*. Diakses dari <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2023/01/05/510/1122323/berapa-biaya-hidup-mahasiswa-di-jogja-per-bulan-ini-hasil-surveinya#:~:text=Berdasarkan%20data%20BPS%202021%2C%20jumlah,tercatat%20sebanyak%203%2C8%20juta>.
- Rezeki, S.R.I. (2020). Penggunaan Sosial Media Twitter dalam Komunikasi Organisasi (Studi Kasus Pemerintah Provinsi Dki Jakarta Dalam Penanganan Covid-19). *Journal of Islamic and Law Studies*, 4(2). Diakses dari <http://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/jils/article/view/3804>
- Rizaty, M.A (2022). Persentase Pengguna Internet di Jakarta Tertinggi pada 2021. *DataIndonesia.id*. Diakses dari <https://dataIndonesia.id/digital/detail/persentase-pengguna-internet-di-jakarta-tertinggi-pada-2021>.
- Sampoerna University, 7 Mei). Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, dan Manfaatnya. *Sampoernauniversity.ac.id*. Diakses dari <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/media-sosial-adalah/>
- Saskia, C. (2023). 15 Medsos Favorit Orang Indonesia, Nomor 1 Bukan Instagram. *Kompas.com*. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/14/10300097/15-medsos-favorit-orang-indonesia-nomor-1-bukan-instagram?page=all>
- Situmorang, S. H & Lufti, M. (2014). Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis. Medan: USU Press.
- Solis, B. (2010). *Engage: The complete guide for brands and businesses to build, cultivate, and measure success in the new web*. John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2010). "Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D", Bandung: CV Alfabeta,
- Twitter, (2023). Pertanyaan Umum Pengguna Baru. *Twitter.com*. Diakses dari: <https://help.twitter.com/id/resources/new-user-faq>
- Vera, N. (2016). Komunikasi Massa (Y. Sartika, ed.). Bogor: Ghalia Indonesia.

## LAMPIRAN

### CONTOH KUESIONER

#### 1. Judul

**"Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Twitter @Collegemenfess Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers Mengenai Perkuliahan"**

#### 2. Karakteristik responden

- a. Responden merupakan pengguna aktif media sosial twitter
- b. Responden merupakan followers dari akun Twitter @collgemenfess.
- c. Responden pernah berinteraksi pada akun Twitter @collgemenfess

#### 3. Petunjuk Pengisian

- a. Tulislah identitas anda pada kolom yang disediakan
- b. Bacalah dengan teliti setiap pernyataan sebelum menjawab
- c. Pilihlah jawaban yang dianggap sesuai dengan kenyataan sebenarnya
- d. Pengisian kuesioner hanya dapat dilakukan satu kali.
- e. Berikut singkatan jawaban dari kuesioner:

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

TS = Tidak Setuju (2)

N = Netral (3)

S = Setuju (4)

SS = Sangat Setuju (5)

#### 1. Intensitas Akses Twitter

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya sering melihat postingan atau menfess pada akun Twitter @collegemenfess					

2.	Saya sering mencari informasi perkuliahan lewat akun twitter @collegemenfess					
3.	Saya membaca postingan akun twitter @collegemenfess setiap hari.					
4.	Saya melakukan pengecekan akun twitter @collegemenfess untuk melihat menfess terbaru tentang perkuliahan setiap hari.					
5.	Saya mengakses akun twitter @collegemenfess lebih dari 10 menit.					

## 2. Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Variabel Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
6.	Saya mendapatkan informasi perkuliahan terbaru dari akun twitter @collegemenfess.					
7.	Saya mendapatkan informasi perkuliahan dengan mudah dari akun twitter @collegemenfess.					
8.	Saya mendapatkan informasi yang diinginkan dari akun twitter @collegemenfess.					
9..	Saya mendapatkan informasi yang spesifik mengenai perkuliahan di akun twitter @collegemenfess.					
10.	Saya mendapatkan informasi mengenai perkuliahan secara cepat di akun twitter @collegemenfess.					
11.	Saya mendapatkan informasi perkuliahan yang lengkap di akun twitter @collegemenfess.					
12.	Saya mendapatkan informasi perkuliahan yang relevan di akun twitter @collegemenfess.					
13.	Saya mendapatkan informasi yang akurat mengenai perkuliahan di akun twitter @collegemenfess.					
14.	Saya percaya dengan informasi mengenai perkuliahan di akun twitter @collegemenfess.					

15.	Saya mendapat informasi mengenai perkuliahan secara ringkas di akun twitter @collegemenfess.					
16.	Saya mendapat informasi yang jelas mengenai perkuliahan di akun twitter @collegemenfess.					
17.	Saya mendapat tambahan wawasan atau pengetahuan terkait perkuliahan di akun twitter @collegemenfess.					

## BENTUK KUESIONER

Bagian 1 dari 8

### "Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Twitter @Collegemenfess Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers Mengenai Perkuliahan"

Halo teman-teman

Perkenalkan saya Jessica Octaviana, mahasiswi program studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk keperluan skripsi yang ditujukan kepada *followers* akun Twitter @collegemenfess.

Setiap partisipasi dari teman-teman sangat berharga bagi saya. Jawaban yang teman-teman berikan akan dirahasiakan dan hanya digunakan untuk kebutuhan penelitian ini.

Terima kasih atas waktu dan partisipasinya. God bless you and have a nice day!



## TABEL JUMLAH RESPONDEN

**132 jawaban** [Lihat di Spreadsheet](#)

**Tidak menerima jawaban**

**Pesan untuk responden**

Formulir ini tidak menerima jawaban lagi

Ringkasan
Pertanyaan
Individual

---

**Nama**

132 jawaban

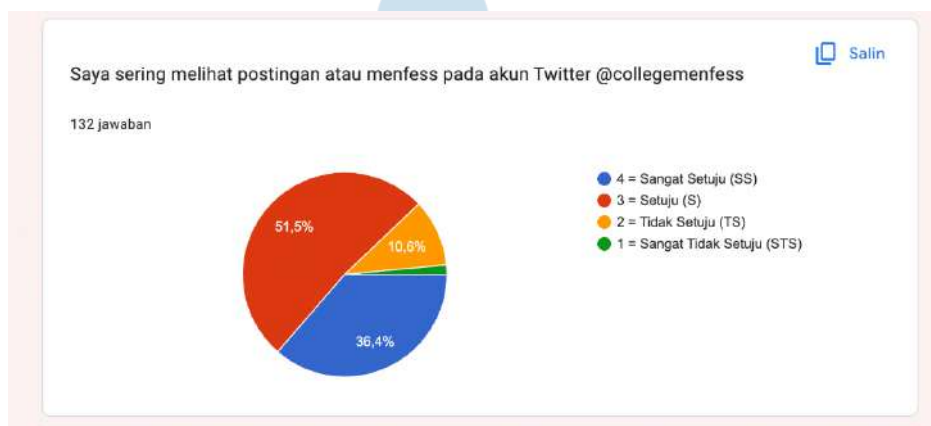
Nadia Safira Zulfa

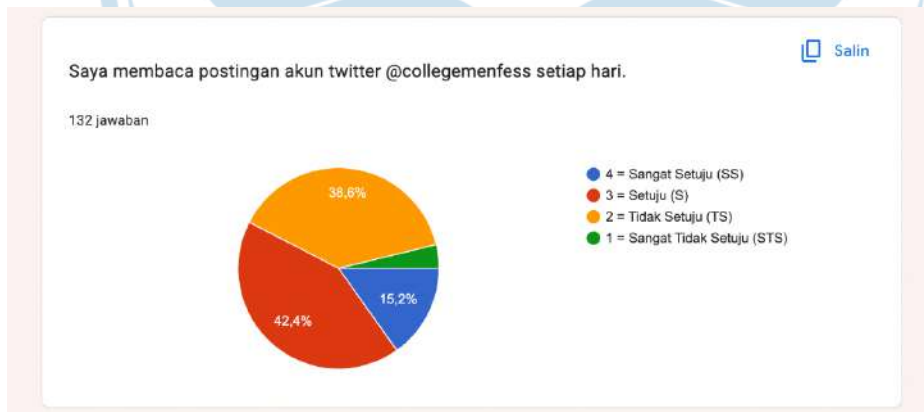
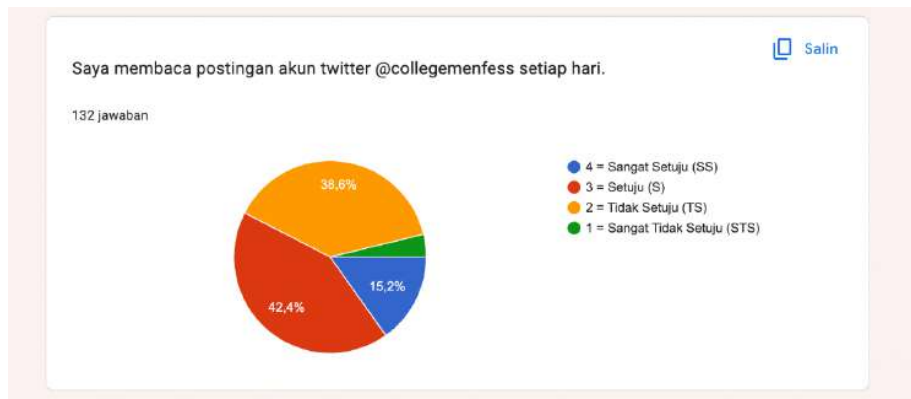
afifah asma nabila

Inayah

Naeli

## JAWABAN RESPONDEN



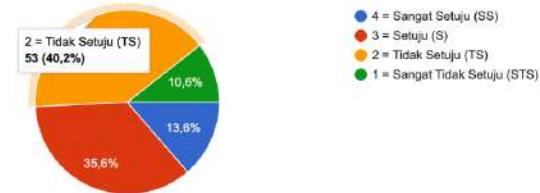


### Dimensi Durasi

Saya mengakses akun twitter @collegemenfess lebih dari 10 menit.

[Salin](#)

132 jawaban

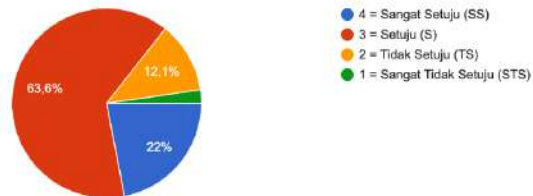


### Kebutuhan Informasi (Variabel Y)

Saya mendapatkan informasi perkuliahan terbaru dari akun twitter @collegemenfess.

[Salin](#)

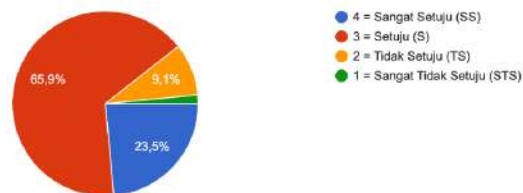
132 jawaban



Saya mendapatkan informasi perkuliahan dengan mudah dari akun twitter @collegemenfess.

[Salin](#)

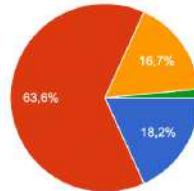
132 jawaban



Saya mendapatkan informasi yang saya inginkan dari akun twitter @collegemenfess.

Salin

132 jawaban

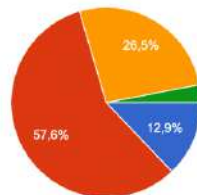


- 4 = Sangat Setuju (SS)
- 3 = Setuju (S)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Saya mendapatkan informasi yang spesifik mengenai perkuliahan di akun twitter @collegemenfess.

Salin

132 jawaban

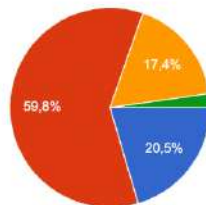


- 4 = Sangat Setuju (SS)
- 3 = Setuju (S)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Saya mendapatkan informasi mengenai perkuliahan secara cepat di akun twitter @collegemenfess.

Salin

132 jawaban

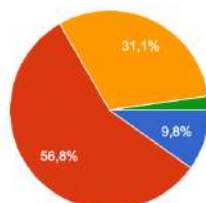


- 4 = Sangat Setuju (SS)
- 3 = Setuju (S)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Saya mendapatkan informasi perkuliahan yang lengkap di akun twitter @collegemenfess.

Salin

132 jawaban

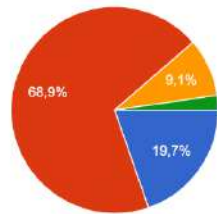


- 4 = Sangat Setuju (SS)
- 3 = Setuju (S)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Saya mendapatkan informasi perkuliahan yang relevan di akun twitter @collegemenfess.

Salin

132 jawaban

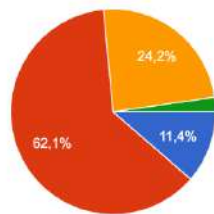


- 4 = Sangat Setuju (SS)
- 3 = Setuju (S)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Saya mendapatkan informasi yang akurat mengenai perkuliahan di akun twitter @collegemenfess.

Salin

132 jawaban

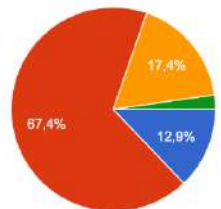


- 4 = Sangat Setuju (SS)
- 3 = Setuju (S)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Saya percaya dengan informasi mengenai perkuliahan di akun twitter @collegemenfess.

Salin

132 jawaban

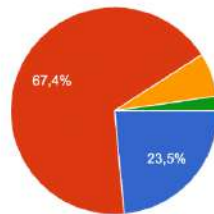


- 4 = Sangat Setuju (SS)
- 3 = Setuju (S)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Saya mendapat informasi mengenai perkuliahan secara ringkas di akun twitter @collegemenfess.

[Salin](#)

132 jawaban

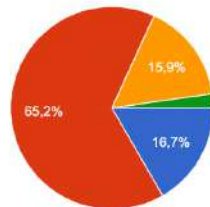


- 4 = Sangat Setuju (SS)
- 3 = Setuju (S)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Saya mendapat informasi yang jelas mengenai perkuliahan di akun twitter @collegemenfess.

[Salin](#)

132 jawaban

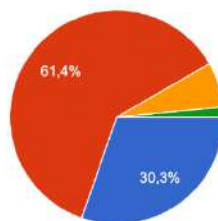


- 4 = Sangat Setuju (SS)
- 3 = Setuju (S)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Saya mendapat tambahan wawasan atau pengetahuan terkait perkuliahan di akun twitter @collegemenfess.

[Salin](#)

132 jawaban



- 4 = Sangat Setuju (SS)
- 3 = Setuju (S)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

**"Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Twitter @Collegemenfess Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers Mengenai Perkuliahan"**

## DATA UJI VALIDITAS

Variabel X

		Correlations					
		P1	P2	P3	P4	P5	TOT_P
P1	Pearson Correlation	1	.389**	.423**	.221	.152	.659**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.062	.202	.000
	N	72	72	72	72	72	72
P2	Pearson Correlation	.389**	1	.392**	.563**	.115	.742**
	Sig. (2-tailed)	.001		.001	.000	.338	.000
	N	72	72	72	72	72	72
P3	Pearson Correlation	.423**	.392**	1	.257*	-.003	.632**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.029	.977	.000
	N	72	72	72	72	72	72
P4	Pearson Correlation	.221	.563**	.257*	1	.291*	.735**
	Sig. (2-tailed)	.062	.000	.029		.013	.000
	N	72	72	72	72	72	72
P5	Pearson Correlation	.152	.115	-.003	.291*	1	.487**
	Sig. (2-tailed)	.202	.338	.977	.013		.000
	N	72	72	72	72	72	72
TOT_P	Pearson Correlation	.659**	.742**	.632**	.735**	.487**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	72	72	72	72	72	72

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
 \* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel Y

## Correlations

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6
Q1	Pearson Correlation	1	.527**	.616**	.015	.024	-.037
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.903	.841	.756
	N	72	72	72	72	72	72
Q2	Pearson Correlation	.527**	1	.588**	.044	.131	-.023
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.713	.272	.851
	N	72	72	72	72	72	72
Q3	Pearson Correlation	.616**	.588**	1	-.056	.055	-.040
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.642	.645	.739
	N	72	72	72	72	72	72
Q4	Pearson Correlation	.015	.044	-.056	1	.331**	.398**
	Sig. (2-tailed)	.903	.713	.642		.005	.001
	N	72	72	72	72	72	72
Q5	Pearson Correlation	.024	.131	.055	.331**	1	.056
	Sig. (2-tailed)	.841	.272	.645	.005		.638
	N	72	72	72	72	72	72
Q6	Pearson Correlation	-.037	-.023	-.040	.398**	.056	1
	Sig. (2-tailed)	.756	.851	.739	.001	.638	
	N	72	72	72	72	72	72
Q7	Pearson Correlation	-.169	-.203	-.079	.477**	.331**	.342**
	Sig. (2-tailed)	.156	.088	.510	.000	.004	.003
	N	72	72	72	72	72	72
Q8	Pearson Correlation	.196	.254*	.160	.209	.325**	.157
	Sig. (2-tailed)	.099	.031	.181	.078	.005	.189
	N	72	72	72	72	72	72
Q9	Pearson Correlation	.020	.131	.012	.395**	.138	.310**
	Sig. (2-tailed)	.870	.272	.922	.001	.248	.008
	N	72	72	72	72	72	72
Q10	Pearson Correlation	.127	-.062	.026	.172	.021	.342**
	Sig. (2-tailed)	.289	.604	.829	.148	.859	.003
	N	72	72	72	72	72	72
Q11	Pearson Correlation	.025	-.015	-.052	.299*	.007	.445**
	Sig. (2-tailed)	.838	.898	.663	.011	.954	.000
	N	72	72	72	72	72	72
Q12	Pearson Correlation	.085	.042	.015	.182	.126	.212
	Sig. (2-tailed)	.480	.725	.901	.126	.292	.074
	N	72	72	72	72	72	72
TOT_Q	Pearson Correlation	.435**	.419**	.397**	.575**	.487**	.501**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	72	72	72	72	72	72



## DATA UJI RELIABILITAS

Variabel X

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	12.46	2.421	.434	.592
P2	12.64	2.318	.571	.535
P3	12.81	2.441	.382	.616
P4	12.89	2.128	.499	.556
P5	12.32	2.756	.197	.697

Variabel Y

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	34.82	6.939	.256	.696
Q2	34.71	7.167	.282	.689
Q3	34.81	7.145	.239	.696
Q4	34.86	6.769	.457	.666
Q5	34.57	6.615	.279	.697
Q6	34.99	6.972	.375	.677
Q7	34.72	6.992	.336	.682
Q8	34.82	6.488	.492	.658
Q9	34.76	6.803	.380	.676
Q10	34.89	6.776	.372	.677
Q11	34.88	7.153	.335	.683
Q12	34.57	7.009	.291	.689