



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PENGARUH FREKUENSI PEMBUKAAN *FACEBOOK*  
*FANPAGE* UNIVERSITAS MULTIMEDIA  
NUSANTARA TERHADAP MODEL AISAS  
MENGENAI UNIVERSITAS MULTIMEDIA  
NUSANTARA SECARA  
ONLINE  
(Studi Kasus Pada Siswa Kelas Tiga di Tiga Sekolah  
Tangerang Tahun 2014)**

**SKRIPSI**



**Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Komputer (S.Kom.)**

**Derry Stefanus**

**11110310026**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS TEKNOLOGI  
INFORMASI DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2015**

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah skripsi yang telah saya tempuh

Tangerang, 07 Desember 2014

Derry Stefanus

UMMN

## LEMBARAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**“Pengaruh Frekuensi Pembukaan *Facebook Fanpage* Universitas Multimedia  
Nusantara Terhadap Model AISAS Mengenai Universitas Multimedia  
Nusantara Secara Online (Studi Kasus pada Siswa Kelas Tiga SMA  
di Tiga Sekolah Tangerang Tahun 2014)”**

Oleh

Derry Stefanus

telah diujikan pada hari Senin, 9 Februari 2015  
dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Dosen Penguji

(.....)  
Marcelli Indriana, S.Kom., M.SC.

(.....)  
Yustinus Eko Soelistio, S.Kom., M.M.

Dosen Pembimbing

(.....)  
(Wira Munggana, S.Si., M.SC.)

Disahkan Oleh  
Ketua Program Studi Sistem Informasi

(.....)  
(Wira Munggana, S.Si., M.SC.)

## ABSTRAK

Oleh : Derry Stefanus

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah frekuensi pembukaan facebook Fanpage berpengaruh terhadap *Attention, Interest, Search, Action, dan Share*. Metode pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah regresi linier dan metode ANOVA untuk mencari perbedaan variansi dan rata-rata jawaban setiap sekolah.

Objek dalam penelitian ini adalah tiga sekolah yaitu sekolah Thomas Aquino, Sekolah Tarakanita, dan sekolah Ora et Labora. Pemilihan sampel penelitian ditetapkan berdasarkan metode *proporsional stratified sampling*. Sampel yang diambil untuk penelitian ini sebanyak 84 siswa dimulai yang berasal dari 43 siswa Thomas Aquino, 24 siswa Tarakanita, dan 17 siswa Ora et Labora.

Hasil penelitian ini adalah (1) frekuensi pembukaan facebook Fanpage Universitas Multimedia Nusantara berpengaruh terhadap *Attention, Interest, Search, Action, dan Share*,

Kata kunci : *Social media, facebook fanpage, AISAS, keputusan pembelian jasa*

UMMN

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa karena atas anugrah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Frekuensi Pembukaan *Facebook Fanpage* Universitas Multimedia Nusantara Terhadap Model AISAS Mengenai Universitas Multimedia Nusantara (Studi Kasus pada Siswa Kelas Tiga SMA di Tiga Sekolah Tangerang Tahun 2014)” tepat pada waktunya. Skripsi ini diajukan guna memenuhi tugas akhir Program Strata 1, Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Dalam kegiatan penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak sekali dukungan bantuan, bimbingan dan berbagai saran hingga selesainya tesis ini dengan baik. Penulis ingin berterima kasih terlebih dahulu kepada Universitas Multimedia Nusantara karena telah mengizinkan penulis untuk belajar di tempat ini.

Selain itu, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Martinus Raditia Sigit Surendra, S.T., M.T.I. yang telah memberikan ide mengenai topic skripsi yang akan di teliti oleh penulis.
2. Bapak Wira Mungguna, S.Si., M.Sc. selaku pembimbing skripsi karena telah terus mengingatkan penulis dan membimbing penulis selama pengerjaan skripsi.
3. Bapak Ir. Raymond Sunardi Oetama, MCIS yang telah membantu membimbing penulis dalam pembuatan skripsi.
4. Ibu saya Ellywaty dan kedua keponakan saya Geraldi Nathanael dan Geraldo Nathanael atas support dan doanya.
5. Teman – teman di Komunitas CALL yang selalu mensupport dan memberikan saran kepada penulis.
6. Teman – teman di Universitas Multimedia Nusantara 2011 yang telah membantu memberikan saran kepada penulis dalam pengerjaan skripsi ini.

Akhir kata, saya mendoakan agar seluruh pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini dibalas kebaikannya oleh Tuhan Yang Maha Kuasa.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.



Tangerang, 08 Desember 2014

Penulis

UMN

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah .....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
1.6 Sistematika Penulisan .....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Hipotesis.....	9
2.3 Kerangka Konsep.....	12
2.4 Kerangka Teoritis.....	14
2.4.1 Social Media .....	14



2.4.1.1	Karakteristik Media Sosial .....	16
2.4.1.2	Jenis Media Sosial .....	17
2.4.1.3	Efektivitas Social Media.....	18
2.4.2	Pengambilan Keputusan Konsumen .....	19
2.4.3	AISAS .....	21
2.4.4	Metode Kuantitatif.....	23
2.4.4.1	Riset Kuantitatif.....	23
2.4.4.2	Jenis Riset .....	24
2.4.4.3	Kuesioner (Angket) .....	25
2.4.4.4	Skala Pengukuran .....	26
2.4.4.5	Skala untuk Instrumen .....	26
2.4.4.6	Validitas.....	27
2.4.4.6.1	Uji Validitas .....	28
2.4.4.6.2	Cara Menguji Validitas .....	28
2.4.4.7	Reliabilitas .....	29
2.4.4.8	Rancangan Sampling Probabilitas.....	30
2.4.4.9	Pearson's Correlation (Product Moment).....	31
2.4.4.10	Analisis Regresi.....	31
2.4.5	Model Penelitian .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Format Penelitian .....	33
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	33
3.3	Populasi dan Sampel .....	34

3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.6 Desain Kuesioner .....	38
3.7 Teknik Pengukuran Data.....	40
3.7.1 Uji Validitas .....	40
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	40
3.8 Teknik Analisis Data.....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
4.1 Profil Responden.....	46
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner .....	48
4.3 Uji Hipotesis.....	52
4.3.1 Persamaan Regresi untuk sub model I Global.....	54
4.3.2 Persamaan Regresi untuk sub model II Global .....	56
4.3.3 Persamaan Regresi untuk sub model III Global.....	57
4.3.4 Persamaan Regresi untuk sub model IV Global.....	59
4.3.5 Persamaan Regresi untuk sub model V Global .....	61
4.4 Persamaan Regresi masing-masing sekolah.....	63
4.4.1 Frekuensi pembukaan facebook Fanpage Universitas Multimedia Nusantara pada masing-masing sekolah.....	64
4.4.2 Sekolah Thomas Aquino .....	66
4.4.3 Sekolah Tarakanita.....	76
4.4.4 Sekolah Ora et Labora .....	86

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan .....	97
5.2 Saran .....	98
DAFTAR PUSTAKA .....	99
DAFTAR LAMPIRAN.....	102
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Sub Model I.....	10
Gambar 2.2 Sub Model II.....	10
Gambar 2.3 Sub Model III.....	11
Gambar 2.4 Sub Model IV.....	11
Gambar 2.5 Sub Model V.....	12
Gambar 2.6 Pengambilan Keputusan Konsumen.....	19
Gambar 2.7 Model Penelitian AISAS.....	22
Gambar 2.8 Model Penelitian yang digunakan.....	32
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden Kuesioner.....	46
Gambar 4.2 Asal Sekolah Responden Kuesioner.....	47
Gambar 4.3 Intensitas Pembukaan Facebook Responden Kuesioner.....	48
Gambar 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Seluruh Pertanyaan Kuesioner.....	52
Gambar 4.5 Frekuensi pembukaan <i>facebook fanpage</i> Universitas Multimedia Nusantara.....	53
Gambar 4.6 Hasil spss Attention.....	54
Gambar 4.7 Grafik Attention.....	55
Gambar 4.8 Hasil spss Interest.....	56
Gambar 4.9 Grafik Interest.....	57
Gambar 4.10 Hasil spss Search.....	58
Gambar 4.11 Grafik Search.....	59
Gambar 4.12 Hasil spss Action.....	60

Gambar 4.13 Grafik Action.....	61
Gambar 4.14 Hasil spss Share.....	62
Gambar 4.15 Grafik Share .....	63
Gambar 4.16 Frekuensi pembukaan <i>facebook fanpage</i> oleh Siswa Thomas Aquino .....	64
Gambar 4.17 Frekuensi pembukaan <i>facebook fanpage</i> oleh Siswa Tarakanita.....	65
Gambar 4.18 Frekuensi pembukaan <i>facebook fanpage</i> oleh Siswa Ora et Labora	66
Gambar 4.19 Hasil spss Attention Thomas Aquino.....	67
Gambar 4.20 Grafik Attention Thomas Aquino .....	68
Gambar 4.21 Hasil spss Interest Thomas Aquino .....	69
Gambar 4.22 Grafik Interest Thomas Aquino.....	70
Gambar 4.23 Hasil spss Search Thomas Aquino .....	71
Gambar 4.24 Grafik Search Thomas Aquino.....	72
Gambar 4.25 Hasil spss Action Thomas Aquino .....	73
Gambar 4.26 Grafik Action Thomas Aquino.....	74
Gambar 4.27 Hasil spss Share Thomas Aquino.....	75
Gambar 4.28 Grafik Share Thomas Aquino .....	76
Gambar 4.29 Hasil spss Attention Tarakanita.....	77
Gambar 4.30 Grafik Attention Tarakanita .....	78
Gambar 4.31 Hasil spss Interest Tarakanita.....	79
Gambar 4.32 Grafik Interest Tarakanita .....	80
Gambar 4.33 Hasil spss Search Tarakanita.....	81
Gambar 4.34 Grafik Search Tarakanita .....	82

Gambar 4.35 Hasil spss Action Tarakanita.....	83
Gambar 4.36 Grafik Action Tarakanita .....	84
Gambar 4.37 Hasil spss Share Tarakanita.....	85
Gambar 4.38 Grafik Share Tarakanita .....	86
Gambar 4.39 Hasil spss Attention Ora et Labora .....	87
Gambar 4.40 Grafik Attention Tarakanita .....	88
Gambar 4.41 Hasil spss Interest Tarakanita.....	89
Gambar 4.42 Grafik Interest Tarakanita .....	90
Gambar 4.43 Hasil spss Search Tarakanita.....	91
Gambar 4.44 Grafik Search Tarakanita .....	92
Gambar 4.45 Hasil spss Action Tarakanita.....	93
Gambar 4.46 Grafik Action Tarakanita .....	94
Gambar 4.47 Hasil spss Share Tarakanita.....	95
Gambar 4.48 Grafik Share Tarakanita .....	96

UMMN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Konsep .....	12
Tabel 4.1 Pernyataan faktor yang mengukur keputusan pembelian jasa Universitas Multimedia Nusantara yang berasal dari <i>facebook fanpage</i> Universitas Multimedia Nusantara .....	44
Tabel 4.2 Hasil uji validitas terhadap bagian Kuesioner mengenai faktor-faktor <i>AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share)</i> .....	49
Tabel 4.3 Hasil uji validitas terhadap bagian Kuesioner mengenai alat pengukur	51

UMMN