



### **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 PENGGUNAAN MICROBLOGGING TERHADAP  
PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI DALAM SITUASI KRISIS**

**(Survei Terhadap Penggunaan Akun Media Sosial Twitter  
@greenpramukajkt bagi *Followers* Khususnya Penghuni Apartemen Green  
Pramuka City Tower Faggio dan Pino Tahun 2017)**

**SKRIPSI**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)**

**Belva Agnes Irawan**

**141400110036**

**PROGRAM STUDI *STRATEGIC COMMUNICATIONS***

**KONSENTRASI *PUBLIC RELATIONS***

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2018**

## 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, 10 Juli 2018



Belva Agnes Irawan

# HALAMAN PENGESAHAN

## Skripsi dengan Judul

**“Pengaruh Penggunaan Microblogging terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi dalam Situasi Krisis**

**(Survei Terhadap Penggunaan Akun Media Sosial Twitter @greenpramukajkt bagi Followers Khususnya Penghuni Apartemen Green Pramuka City Tower Faggio dan Pino Tahun 2017)”**

Oleh

Belva Agnes Irawan

Telah diujikan pada hari Senin, 23 Juli 2018,  
pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan lulus  
dengan susunan penguji sebagai berikut.

**Ketua Sidang**



Helga Liliani Cakra Dewi, M. Comm.

**Penguji Ahli**



Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.

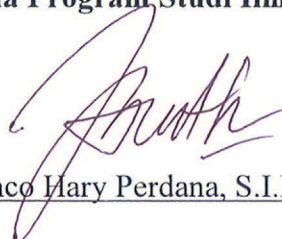
**Dosen Pembimbing,**



Cherry Kartika, S.IP., M, I.Kom.

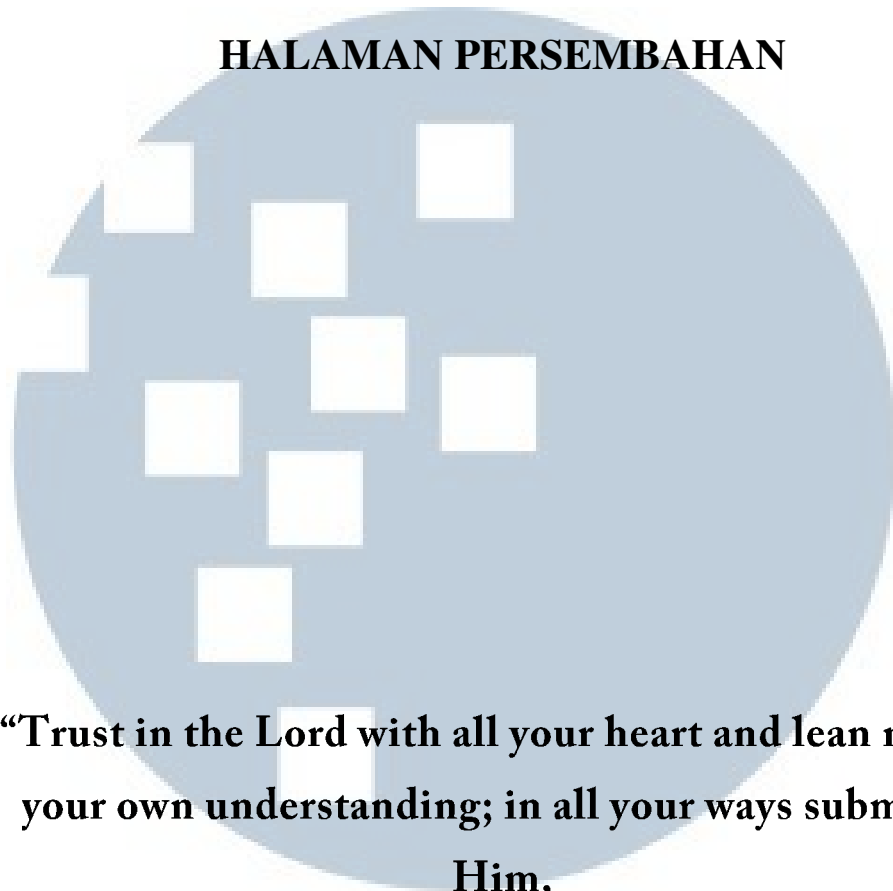
**Disahkan oleh**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.

## HALAMAN PERSEMBAHAN



**“Trust in the Lord with all your heart and lean not on  
your own understanding; in all your ways submit to  
Him,  
He will make your paths straight.”**

- Proverbs 3:5-6

# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# **PENGARUH PENGGUNAAN MICROBLOGGING TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI DALAM SITUASI KRISIS**

**(Survei Terhadap Penggunaan Akun Media Sosial Twitter  
@greenpramukajkt bagi *Followers* khususnya Penghuni  
Apartemen Green Pramuka City Tower Faggio dan Pino Tahun  
2017)**

## **ABSTRAK**

**Oleh: Belva Agnes Irawan**

Semakin berkembangnya sarana penyebaran informasi melalui media pun turut memperbesar pula potensi akan hadirnya krisis terhadap perusahaan atau organisasi. Melihat perkembangan zaman yang cenderung serba *digital* membuat media sosial menjadi salah satu alternatif untuk dapat dimanfaatkan sebagai medium dalam penyebaran informasi bagi organisasi yang sedang mengalami krisis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh penggunaan *microblogging* Twitter manajemen Green Pramuka City (@greenpramukajkt) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* khususnya penghuni Apartemen Green Pramuka City dalam situasi krisis. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori *Uses and Gratifications* yang mengatakan bahwa khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Metodologi yang dilakukan penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 306 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh variabel penggunaan *microblogging* Twitter manajemen Green Pramuka City (@greenpramukajkt) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* khususnya penghuni Apartemen Green Pramuka City dalam situasi krisis sebesar 55% sedangkan sisanya yaitu 45% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak menjadi fokus dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Apartemen Green Pramuka City, Komunikasi Krisis, *Public Relations*, *Online Public Relations*, *Teori Uses and Gratifications*

**THE INFLUENCE OF MICROBLOGGING ON THE  
FULFILLMENT OF INFORMATION DEMAND IN CRISIS  
SITUATION**

**(Survey on Social Media Account Twitter @greenpramukajkt's  
followers especially for The Residents of Green Pramuka City  
Apartment Tower Faggio and Pino in 2017)**

**ABSTRACT**

**By: Belva Agnes Irawan**

The growing media in dissemination of information also contributed to the potential for the presence of crisis against the company or organization. Social media become an alternative to be utilized as a medium in the dissemination of information for organizations that are experiencing crisis. Based on given phenomenon, this research is conducted to find out the impact of microblogging Twitter Green Pramuka City (@greenpramukajkt) on the fulfillment of information demand by followers, especially for Green Pramuka City Apartment's residents in crisis situations. Using Uses and Gratifications theory, this is an explanative research with quantitative approach to examine the coherence between variables. The methodology used within the research is survey methods by collecting questionnaire from 306 respondents. The results of this study shows the influence of microblogging Twitter Green Pramuka City (@greenpramukajkt) on the fulfillment of information demand by followers, especially for Green Pramuka City Apartment's residents in crisis situations by 55% while the remaining 45% is not addressed in this research

Keywords: Green Pramuka City Apartment, Crisis Communications, Public Relations, Online Public Relations, Uses and Gratifications Theory

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat anugerahNya, penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan *Microblogging* terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi dalam Situasi Krisis (Survei Terhadap Penggunaan Akun Media Sosial Twitter @greenpramukajkt bagi *Followers* khususnya Penghuni Apartemen Green Pramuka City Tower Faggio dan Pino Tahun 2017)” dengan baik dan lancar. Adanya penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Program Strata 1, Fakultas Ilmu Komunikasi.

Dalam proses penyusunan penelitian skripsi ini, penulis mendapat dukungan materiil maupun spiritual dari berbagai pihak. Maka dari itu, dalam kesempatan ini penuls ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dan selalu memberikan dukungan, yaitu kepada:

1. Cherry Kartika, S.IP., M, I.Kom., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu untuk membantu serta mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah mengesahkan skripsi ini.
3. Helga Liliani Cakra Dewi, M. Comm. dan Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si., selaku ketua sidang dan penguji ahli yang telah memberi kritik dan saran yang membangun untuk skripsi ini.
4. Ibu Lusida, selaku pihak *Public Relations team* dari Apartemen Green Pramuka City yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian dan memberikan banyak masukan dan bantuan yang sangat berarti bagi penulis untuk kelancaran skripsi ini



5. Bapak dan Ibu penulis yaitu Papa Arly dan Mami Lies dan juga kakak dan adik penulis yang selalu mendukung dan memberikan semangat, serta selalu mendengarkan curhatan hari dan memberikan nasihat kepada penulis.
6. Sahabat-sahabat penulis yaitu Thommy, Fika, Ine, Angel, Dio, Michelle, Gepe, Grace, Hanyen, Raisa, dan Gaby terimakasih selalu mendengarkan keluh kesah, curhatan, dan tiada hentinya memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dari awal pencarian topik skripsi, pencarian data, penyebaran kuesioner, hingga penulisan hasil penelitian selalu membuat penulis ceria dan lebih bersemangat.
7. Sahabat-sahabat penulis (Cipa, Risa, Vivi, Nina, Nia, Mely, Oliv, Irene, dan, Anggi) teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat dan mendengarkan keluh kesah penulis selama pengajuan proposal skripsi dan proses penulisan skripsi, kalian selalu mewarnai kehidupan perkuliahan penulis dari semester satu hingga sekarang
8. Para responden yang baik hati dari penelitian skripsi ini, walau kemungkinan sangat kecil untuk para responden dapat membacanya, namun tanpa ada kesediaan waktu responden penulis tidak akan bisa menjalankan skripsi ini dengan baik dan lancar
9. Teman-teman seperjuangan yaitu mahasiswa dan mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2014 yang berjuang bersama dalam mengerjakan skripsi ini, terimakasih atas *instastory* teman-teman yang membuat penulis terpicu untuk tidak ingin kalah dan semangat melanjutkan skripsi hingga selesai.
10. Pihak-pihak lain yang terkait, yang telah membantu penyelesaian penelitian skripsi ini dan tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Setelah mengerjakan penelitian skripsi ini penulis mendapatkan banyak pengalaman dan pelajaran berharga yang sangat menambah ilmu penulis khususnya di bidang *Online Public Relations*. Penulis berharap agar penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi civitas academia Universitas Multimedia Nusantara. Penulis juga

menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun dari pihak-pihak yang terkait.

Jakarta, 8 Agustus 2018

Belva Agnes Irawan



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR DAN BAGAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	12
1.5.1 Kegunaan Akademis.....	12
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	12
1.5.2 Kegunaan Sosial .....	12
1.6 Keterbatasan Penelitian .....	13
<b>BAB II KERANGKA TEORI</b> .....	<b>14</b>
2.1 Peneliti Sejenis Terdahulu.....	14
2.2 Kerangka Teori.....	17
2.2.1 Uses and Gratifications Theory.....	17
2.2.2 Cyber Public Relations .....	20
2.2.3 Media Sosial .....	22

2.2.4 Krisis dalam Organisasi.....	26
2.2.5 Microblogging Twitter Sebagai Media Penyebaran Informasi .....	28
2.2.6 Pemenuhan Kebutuhan Informasi .....	33
2.3 Hipotesis.....	35
2.3.1 Hipotesis Penelitian.....	35
2.4 Kerangka Konseptual .....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian.....	37
3.2 Metode Penelitian.....	38
3.3 Populasi dan Sampel .....	39
3.3.1 Populasi .....	39
3.3.2 Sampel .....	40
3.4 Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	42
3.4.1 Definisi Variabel .....	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	58
3.5.1 Data Primer.....	58
3.5.2 Data Sekunder .....	59
3.6 Teknik Pengukuran Data: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	60
3.6.1 Uji Validitas.....	60
3.6.1.1 Hasil Uji Validitas .....	61
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	64
3.6.2.1 Hasil Uji Reliabilitas .....	65
3.7 Uji Normalitas .....	66
3.8 Teknik Analisis Data .....	67
3.8.1 Uji Korelasi .....	67
3.8.2 Uji Regresi Linier Sederhana .....	68

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>71</b>
4.1 Objek Penelitian .....	71
4.1.1 Apartemen Green Pramuka City .....	71
4.2 Hasil Penelitian .....	73
4.2.1 Uji Normalitas .....	73
4.2.2 Hasil Olah Data Karakteristik Responden.....	77
4.2.3 Hasil Olah Data Penelitian .....	81
4.2.3.1 Hasil Data Variabel X (Penggunaan <i>Microblogging</i> ).....	82
4.2.3.2 Hasil Data Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) .....	101
4.3 Uji Korelasi .....	123
4.4 Uji Regresi Linier Sederhana .....	124
4.4.1 Uji Hipotesis.....	130
4.5 Pembahasan.....	131
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>136</b>
5.1 Simpulan .....	136
5.2 Saran.....	138
5.2.1 Saran Akademis.....	138
5.2.2 Saran Praktis.....	139
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>.....</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>.....</b>
<b>CURRICULUM VITAE (CV) .....</b>	<b>.....</b>

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL, GAMBAR, DAN BAGAN

### TABEL

Tabel 2.1 <i>Review</i> Penelitian Sejenis Terdahulu .....	14
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	43
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel (Pertanyaan dan Pernyataan) .....	48
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X (Penggunaan <i>Microblogging</i> ) .....	61
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) .....	63
Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Variabel X (Penggunaan <i>Microblogging</i> ) .....	65
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) .....	65
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Tabulasi Variabel X dan Y .....	66
Tabel 3.8 Nilai Interval Koefisien Korelasi .....	68
Tabel 4.1 Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i> .....	74
Tabel 4.2 Jenis Kelamin .....	78
Tabel 4.3 Usia .....	78
Tabel 4.4 Pekerjaan .....	79
Tabel 4.5 Sejak Kapan menghuni Apartment Green Pramuka City .....	80
Tabel 4.6 Tabulasi Data Jawaban Responden pada Variabel X (Penggunaan <i>Microblogging</i> ) .....	82
Tabel 4.7 Dimensi Intensitas Penggunaan 1 (Indikator Seringnya responden mengakses Twitter Green Pramuka City) .....	88
Tabel 4.8 Dimensi Intensitas Penggunaan 2 (Indikator Jangka waktu responden mengakses Twitter Green Pramuka City) .....	90
Tabel 4.9 Dimensi Isi Pesan 1 (Indikator Informasi yang jelas diterima oleh responden mengenai Green Pramuka City).....	92
Tabel 4.10 Dimensi Isi Pesan 2 (Indikator Informasi yang mudah dipahami oleh responden mengenai Green Pramuka City).....	93

Tabel 4.11 Dimensi Isi Pesan 3 (Indikator Informasi yang disampaikan atau disajikan selalu <i>up-to-date</i> ).....	94
Tabel 4.12 Dimensi Isi Pesan 4 (Indikator Informasi yang disampaikan atau disajikan mengenai Apartement sangat lengkap).....	96
Tabel 4.13 Dimensi Isi Pesan 5 (Indikator Informasi yang disampaikan dapat memberikan manfaat).....	97
Tabel 4.14 Dimensi Hubungan Individu dengan Isi Media 1 (Indikator Pengguna menggunakan akun twitter untuk mencari informasi) .....	98
Tabel 4.15 Dimensi Hubungan Individu dengan Isi Media 2 (Indikator Pengguna memperhatikan setiap informasi yang diberikan dari media sosial).....	100
Tabel 4.16 Tabulasi Data Jawaban Responden pada Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) .....	102
Tabel 4.17 Dimensi Kebutuhan Kognitif 1 (Indikator Pengenalan khalayak terhadap kegiatan atau progam-program Green Pramuka City) .....	108
Tabel 4.18 Dimensi Kebutuhan Kognitif 2 (Indikator Peningkatan pengetahuan responden tentang Green Pramuka City) .....	109
Tabel 4.19 Dimensi Kebutuhan Afektif 1 (Indikator Peningkatan pengetahuan responden tentang Green Pramuka City) .....	111
Tabel 4.20 Dimensi Kebutuhan Afektif 2 (Indikator Puas mendapatkan informasi yang sesuai dengan kebutuhan dari akun Twitter Green Pramuka City).....	112
Tabel 4.21 Dimensi Kebutuhan Integrasi Personal 1 (Indikator Percaya dengan informasi yang diberikan melalui akun Twitter Green Pramuka City).....	113
Tabel 4.22 Dimensi Kebutuhan Integrasi Personal 2 (Indikator Kembali mengakses informasi yang diberikan Twitter Green Pramuka City).....	114
Tabel 4.23 Dimensi Kebutuhan Integrasi Personal 3 (Indikator Mencari dan mengandalkan informasi yang diberikan mengenai Apartment Green Pramuka City) .....	115
Tabel 4.24 Dimensi Kebutuhan Integrasi Sosial 1 (Indikator Menemukan bahan pembicaraan dengan keluarga).....	116
Tabel 4.25 Dimensi Kebutuhan Integrasi Sosial 2 (Indikator Menemukan bahan pembicaraan dengan teman).....	117
Tabel 4.26 Dimensi Kebutuhan Integrasi Sosial 3 (Indikator Menyarankan keluarga untuk mengakses Twitter Green Pramuka City) .....	118
Tabel 4.27 Dimensi Kebutuhan Integrasi Sosial 4 (Indikator Menyarankan Teman untuk mengakses Twitter Green Pramuka City) .....	119

Tabel 4.28 Dimensi Kebutuhan Pelepasan Ketegangan 1 (Indikator Mengakses akun Twitter Green Pramuka City dapat menghilangkan kejenuhan) .....	120
Tabel 4.29 Dimensi Kebutuhan Pelepasan Ketegangan 2 (Indikator Mengakses akun Twitter Green Pramuka City mendapatkan hiburan) .....	121
Tabel 4.30 Dimensi Kebutuhan Pelepasan Ketegangan 3 (Indikator Mengakses akun Twitter Green Pramuka City mengisi waktu luang).....	122
Tabel 4.31 Hasil Uji Korelasi <i>Pearson</i> .....	123
Tabel 4.32 Hasil Uji Korelasi ANOVA .....	125
Tabel 4.33 Koefisien Regresi .....	126
Tabel 4.34 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	127
Tabel 4.35 Besar Pengaruh Dimensi Intensitas Penggunaan .....	128
Tabel 4.36 Besar Pengaruh Dimensi Isi Pesan.....	129
Tabel 4.37 Besar Pengaruh Dimensi Hubungan Individu dengan Isi Media.....	129





## DAFTAR GAMBAR DAN BAGAN

### GAMBAR

Gambar 2.1 Model <i>Uses and Gratifications</i> .....	19
Gambar 4.1 Logo Apartemen Green Pramuka City .....	71
Gambar 4.2 Laman Akun Twitter @greenpramukajkt.....	72
Gambar 4.3 Hasil Uji Normal <i>P-Plot</i> .....	74

### BAGAN

Bagan 2.1 Bagan Kerangka Konseptual.....	36
--	----

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA