

ABSTRAK

@FourspeedNomad adalah salah satu akun media sosial Twitter penyebar informasi mengenai produk-produk dari Fourspeed Nomad Cafe yang menjual produknya secara *mobile* dan *nomaden* yang mulai banyak diikuti oleh para pengguna Twitter. Masing-masing *followers* memanfaatkan terpaan media Twitter sesuai dengan kepuasan yang ingin dicapainya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan terpaan media Twitter @FourspeedNomad dengan kepuasan yang dicapai (*gratification obtained*) oleh *followers*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian survey. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari penyebaran kuisioner pada 100 responden penelitian dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis korelasi Spearman Rank.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara terpaan media Twitter @FourspeedNomad yang meliputi frekuensi, durasi dan atensi dengan kepuasan yang dicapai oleh *followers* dalam berbagi informasi (Y_1), pencarian informasi (Y_2), interaksi sosial (Y_3), berbagi masalah (Y_4), dan berekspresi (Y_5).

Kata kunci: terpaan media, kepuasan yang dicapai, Twitter, @FourspeedNomad

ABSTRACT

@FourspeedNomad is a Twitter account which spread information about the products of Fourspeed Nomad Cafe which sells the products in mobile and nomadic ranging widely followed by the users of Twitter. Each follower utilizing media exposure Twitter according to the gratification that they want to obtain. This research aims to determine the correlation of media exposure Twitter @FourspeedNomad with gratification obtained by followers. The method used in this research is quantitative method with survey research. There are two types of data used in this research, primary data and secondary data. The primary data obtained from a questionnaire distributed to 100 respondents using convenience sampling technique. The data obtained was analyzed using Spearman Rank correlation analysis.

The results of the research showed that there is a strong correlation between media exposure Twitter @FourspeedNomad which includes the frequency, duration and attention with gratification obtained by followers on information sharing (Y_1), information seeking (Y_2), social interaction (Y_3), problem sharing (Y_4), and expression (Y_5).

Keywords: media exposure, gratification obtained, Twitter, @FourspeedNomad