

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan anugerah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul “ Pengaruh *Tweet* Informasi Dalam Akun *Twitter @infobdg* Terhadap Sikap *Followersnya*”. Skripsi ini dibuat dan disusun oleh penulis sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana program studi ilmu komunikasi di Institut Manajemen Telkom.

Dalam membuat skripsi ini penulis memperoleh banyak bantuan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu, perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus – tulusnya kepada :

1. Yang Terhormat, Bapak Husni Amani, Ir. MSc., M.BA selaku Rektor Institut Manajemen Telkom.
2. Yang Terhormat, Bapak Refi Rifaldi Windya Giri, MBA, selaku Dekan Sekolah Komunikasi Multimedia.
3. Yang Terhormat, Pjs. Kaprodi jurusan Ilmu Komunikasi Bapak Refi Rifaldi Windya Giri, MBA.
4. Pembimbing Skripsi, Yang Terhormat Ibu Wanda Listiani, S.Sos., M.Ds. yang telah memberikan bimbingan, saran dan banyak sekali bantuan dalam membuat skripsi ini.
5. Tim akun *twitter @infobdg* dan Glenn Sabath selaku *Marketing Communicaton* dari *@infobdg*, terimakasih karena telah banyak membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.

6. Yang tercinta, Ibunda H. Siti Solihati dan Ayahanda Drs. H. Eddy Rustan Efendi Wijaya karena berkat semua kasih sayang dan motivasi yang diberikan penulis semakin semangat untuk menyelesaikan kewajiban dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Yang Tercinta a Eka dan teh Ndah, serta ade Rizki atas segala kasih sayang dan selalu memotivasi penulis dalam menyelesaikan laporan ini.
8. Hari Rachmansyah, yang telah banyak memberikan banyak bantuan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman tercinta di kelas Broadcast 2009 dan Ikom A 2009.
10. Kepada teman-teman tercinta, Susi, Agi, Anggi Sipahutar, Titisari, Eshauqi, Naely, Pretty, Ari Anjar, Mela, Gabriella, dan masih banyak lagi yang tidak bisa disebutkan satu persatu disini.
11. Seluruh teman-teman tercinta di Institut Manajemen Telkom yang tidak bisa untuk disebutkan satu-persatu disini yang telah banyak memberikan bantuan dan motivasi yang sangat besar selama kegiatan penyusunan skripsi berlangsung.
12. Serta seluruh pihak yang tidak mengurangi rasa hormat yang telah banyak memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama pelaksanaan dan penyusunan dalam pembuatan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari segala kekurangan. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi kita semua.

Dalam penulisan skripsi ini mungkin terdapat berbagai kekurangan, akan tetapi penulis telah berusaha untuk membuat skripsi ini sebaik mungkin sesuai dengan data dan informasi yang diperoleh penulis selama melakukan pengamatan dan pembuatan skripsi. Harapan penulis semoga penelitian ini bisa bermanfaat, baik bagi penulis maupun orang lain yang membaca skripsi ini.

Bandung, 21 September 2013

Penulis,

Liddy Ganda Asmara

# DAFTAR ISI

**HALAMAN JUDUL**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**HALAMAN PERNYATAAN**

**ABSTRAK**

***ABSTRACT***

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI ..... i**

**DAFTAR TABEL ..... iv**

**DAFTAR GAMBAR ..... vi**

**BAB I : PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian ..... 1

1.2 Rumusan Masalah ..... 12

1.3 Tujuan Penelitian ..... 12

1.4 Manfaat Penelitian ..... 13

    1.4.1 Aspek Teoretis ..... 13

    1.4.2 Aspek Praktis ..... 13

1.5 Tahapan Penelitian ..... 14

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian ..... 15

**BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

2.1 Penelitian Terdahulu ..... 17

2.2 Tinjauan Teori ..... 23

    2.2.1 Komunikasi Massa ..... 23

    2.2.2 Media Sosial ..... 27

    2.2.3 Media Sosial Twitter ..... 30

2.2.4 Definisi Berita.....	33
2.2.5 Sikap.....	35
2.2.6 Teori Perubahan Sikap.....	40
2.2.7 Sikap Terhadap Perilaku .....	42
2.2.8 Teori Kebutuhan Informasi.....	43
2.2.9 Citizen Journalism.....	48
2.3 Hipotesis .....	52
2.4 Kerangka Pemikiran .....	54
<b>BAB III : METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Paradigma Penelitian .....	56
3.2 Metode Penelitian .....	56
3.3 Objek Penelitian .....	59
3.3.1 Gambaran umum Objek Penelitian .....	59
3.4 Operasionalisasi Vriabel .....	61
3.5 Populasi dan Sampel .....	68
3.5.1 Populasi .....	68
3.5.2 Sampel .....	69
3.6 Pengumpulan Data .....	71
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	72
3.7.1 Uji Validitas .....	73
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	77
3.8 Teknik Analisis Data .....	79
3.8.1 Analisis Data Deskriptif.....	81
3.8.2 Uji Asumsi Dasar.....	83
3.8.3 Uji Regresi Berganda.....	84
3.8.4 Koefisien Determinasi.....	89

3.8.5 Uji Hipotesis .....	89
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Karakteristik Responden.....	91
4.2 Hasil Penelitian.....	97
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	97
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	111
4.2.3 Uji Regresi Berganda.....	116
4.2.4 Koefisien Determinasi.....	121
4.2.5 Uji Hipotesis.....	122
4.3 Pembahasan Hasil Data.....	125
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	132
5.2 Saran.....	133
5.2.1 Saran Praktis.....	133
5.2.2 Saran Teoritis.....	134
<b>LAMPIRAN</b>	
Lampiran 1.....	142
Lampiran 2.....	155
Lampiran 3.....	160
Lampiran 4.....	173

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jenis-Jenis Media Sosial.....	29
Tabel 3.1 Kategori Hastags dalam Akun Twitter @infobdg.....	60
Tabel 3.2 Variabel Operasional.....	63
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	75
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	76
Tabel 3.5 Hasil Uji Realibilitas Variabel X.....	78
Tabel 3.6 Hasil Uji Realibilitas Variabel Y.....	79
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	92
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	93
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Mengikuti Akun <i>Twitter</i> @infobdg.....	95
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Variabel x1 .....	98
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel x2.....	99
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel x3.....	101
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel x4.....	103
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel y1.....	105
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel y2.....	107
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel y3.....	109
Tabel 4.11 Hasil Uji Linieritas.....	115

Tabel 4.12 Penjabaran Hasil Perhitungan Regresi Berganda .....	116
Tabel 4.13 Penjelasan Hasil Regresi Berganda Secara Parsial .....	118
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	121
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis.....	123



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Data Negara Pengguna Twitter Terbanyak .....	1
Gambar 1.2	Urutan 20 Kota yang Memposting Jumlah Tweet Terbanyak di Dunia.....	3
Gambar 1.3	Tweet Informasi dalam Timeline @infobdg .....	6
Gambar 1.4	Tweet Informasi dalam Timeline @infobdg .....	6
Gambar 1.5	Data Statistik Jumlah Followers @infobdg Perhari .....	9
Gambar 1.6	Peringkat Akun Twitter @infobdg.....	10
Gambar 2.1	Tiga Komponen Pembentuk Sikap .....	37
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	93
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	94
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Mengikuti Akun <i>Twitter</i> @infobdg.....	96
Gambar 4.4	Rentang Skala Nilai Variabel x1 .....	99
Gambar 4.5	Rentang Skala Nilai Variabel x2.....	101
Gambar 4.6	Rentang Skala Nilai Variabel x3.....	102
Gambar 4.7	Rentang Skala Nilai Variabel x4.....	106
Gambar 4.8	Rentang Skala Nilai Variabel y1.....	106

Gambar 4.9 Rentang Skala Nilai Variabel $y_2$ .....	108
Gambar 4.10 Rentang Skala Nilai Variabel $y_3$ .....	110
Gambar 4.11 Normal Probability Plot.....	112
Gambar 4.12 Normal Probability Plot Histogram.....	113
Gambar 4.13 Scatterplot.....	114
Gambar 4.12 Penjelasan Nilai Secara Parsial .....	119