

PREFERENSI MASYARAKAT SURABAYA DALAM MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL

SKRIPSI



Disusun oleh :

Daniel Santoso

NRP : 1423011015

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
SURABAYA
2015**

**PREFERENSI MASYARAKAT SURABAYA DALAM
MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya**



Disusun oleh :

Daniel Santoso

NRP : 1423011015

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2015

SURAT PERNYATAAN ORIGINALISTAS

Dengan ini, saya

Nama : Daniel Santoso

NRP : 1423011015

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

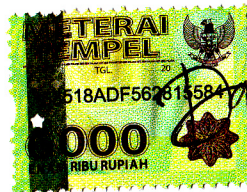
PREFERENSI MASYARAKAT SURABAYA DALAM

MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 23 November 2015

Penulis



Daniel Santoso

NRP. 1423011015

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PREFERENSI MASYARAKAT SURABAYA DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL

Oleh:

Daniel Santoso

NRP.1423011015

Proposal skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan proposal skripsi untuk diajukan ke tim penguji.

Pembimbing I : Noveina Silviyani Dugis S. Sos. MA ()
NIK. 142.11.0708

Pembimbing II : Sri Moerdijati, Dra., MS. ()
NIK. 142.LB.0852

Surabaya, 23 November 2015

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada: Selasa, 8 Desember 2015

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan,



Yuli Nugraheni, S. Sos., M. Si

NIK. 142.09.0647

Dewan Penguji:

1. Ketua : Yuli Nugraheni, S. Sos., M. Si ()
NIK. 142.09.0647
2. Sekretaris : Sri Moerdijati, Dra., MS ()
NIK 142.LB.0852
3. Anggota : Noveina Silviyani Dugis S. Sos. MA ()
NIK 142.11.0708
4. Anggota : Theresia Intan Putri, S.Sos., M.I.Kom. ()
NIK 142.10.0651

LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Daniel Santoso

NRP : 1423011015

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **PREFERENSI MASYARAKAT SURABAYA DALAM
MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 12 Desember 2015

Yang menyatakan



Daniel Santoso

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Tuhan! Setelah perjuangan yang cukup berat, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini. Banyak canda tawa maupun kesedihan yang telah dilewati, hal tersebut membuat peneliti semakin semangat menatap masa depan yang cerah. Segala ilmu yang sudah didapat peneliti selama menduduki bangku perkuliahan dituangkan pada skripsi ini. Skripsi ini dipersembahkan kepada semua yang telah berjasa dan berpengaruh terhadap kehidupan peneliti.

“Because He Lives, I Can Face Tommorrow”

(“Sebab Dia Hidup, Aku dapat Menatap Hari Esok”)

Surabaya, 23 November 2015

Daniel Santoso

KATA PENGANTAR

Pertama tama peneliti ingin memanjatkan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus Yang Maha Esa atas berkat dan karuniaNya peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul Preferensi Masyarakat Surabaya dalam Menggunakan Media Sosial.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat wajib yang harus dilalui untuk menuntaskan studi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Widya Mandala Surabaya.

Di balik terselesaikannya skripsi ini, terdapat banyak pihak-pihak yang membantu serta mendukung peneliti untuk dapat menyelesaikan laporan ini. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, atas berkat dan karuniaNya laporan ini dapat terselesaikan.
2. Mami selaku satu-satunya orangtua peneliti yang senantiasa mencurahkan kasih dan sayangnya kepada peneliti dalam hal finansial dan doanya.
3. Noveina Silviani Dugis S. Sos. MA dan Sri Moerdijati, MS selaku dosen pembimbing peneliti. Terima kasih atas semua masukan bagi peneliti. Terima kasih atas kesabarannya dan kasihnya selama membimbing peneliti.
4. Mandy, Reddy, Putri, Angel, Aldior, Jason, Andreas, Melvin yang selalu membantu dalam proses penelitian ini dan memberikan *support* yang sangat luar biasa..

5. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi atas semua ilmu yang diberikan selama ini sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik.
6. Serta berbagai pihak yang tak dapat disebut satu persatu yang sangat membantu baik dalam penulisan proposal skripsi. Semoga Tuhan Yesus Kristus akan membalas segala kebaikan yang telah kalian lakukan.

Akhir kata peneliti menyadari bahwa skripsi ini kurang sempurna, peneliti menerima saran dan berterima kasih atas segala saran yang positif guna menyempurnakan penelitian ini. Besar harapan peneliti bahwa penelitian ini dapat berguna bagi Fakultas Ilmu Komunikasi dan dapat menjadi bahan referensi bagi bagi angkatan-angkatan berikutnya di Fakultas Ilmu Komunikasi Univeritas Katolik Widya Mandala Surabaya.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	iii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Perumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Penelitian	5
I.4 Manfaat Penelitian	5
I.4.1 Manfaat Akademik	5
I.4.2 Manfaat Praktis	5
I.5. Batasan Masalah	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
II.1. <i>Uses and Gratification</i>	7
II.2. Preferensi Media	8
II.3. Internet	9
II.4. Media Sosial	11
II.5. Nisbah Antar Konsep	15
II.6. Kerangka Pemikiran	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	18
III.1 Jenis Penelitian	18
III.2 Metode Penelitian	18
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian	18
III.4 Definisi Konseptual	18
III.5 Definisi Operasional	19
III.6 Populasi dan Sampel	23
III.6.1 Populasi	23
III.6.2 Sampel	23
III.7 Teknik Penarikan Sampel	24
III.8 Unit Analisis	28

III.9 Teknik Pengumpulan Data	29
III.10 Uji Validitas dan Reliabilitas	29
III.10.1 Uji Validitas	29
III.10.2 Uji Reliabilitas	30
III.11 Teknik Analisis Data	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian	32
IV.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	33
IV.3 Temuan Data dan Pembahasan	33
IV.3.1 Deskripsi Identitas Responden	34
IV.3.1.1 Identitas Berdasarkan Usia	35
IV.3.1.2 Identitas Berdasarkan Jenis Kelamin ...	36
IV.3.1.3 Identitas Berdasarkan Pendidikan	
Terakhir	37
IV.3.1.4 Identitas Berdasarkan Pekerjaan	38
IV.3.2 Preferensi 3 Besar Media Sosial	38
IV.3.3 Pilihan 2 Besar Fitur Media Sosial	43
IV.3.3.1 Fitur Instagram	43
IV.3.3.2 Fitur Twitter	46
IV.3.4. Tabulasi Silang	50
IV.3.4.1 Tabulasi Silang antara Identitas Responden	
dengan Preferensi Media Sosial	50
IV.3.4.1.1 Tabulasi Silang Antara Usia	
Reponden dengan Preferensi	
Media Sosial	51
IV.3.4.1.2 Tabulasi Silang Antara Jenis	
Kelamin Reponden dengan	
Preferensi Media Sosial	54
IV.3.4.1.3 Tabulasi Silang Antara	
Pendidikan Terakhir Reponden	
dengan Preferensi Media Sosial	
.....	58
IV.3.4.1.4 Tabulasi Silang Antara Pekerjaan	
Reponden dengan Preferensi	
Media Sosial	62
IV.3.4.2 Tabulasi Silang antara Identitas Responden	
dengan Fitur Media Sosial	67
IV.3.4.2.1 Tabulasi Silang antara Identitas	
Responden dengan Fitur	
Instagram	67

DAFTAR TABEL

Tabel III.1.	Responden Terpilih Wilayah Surabaya.....	26
Tabel IV.1.	Usia Responden	35
Tabel IV.2.	Jenis Kelamin.....	36
Tabel IV.3.	Pendidikan Terakhir	37
Tabel IV.4.	Pekerjaan	38
Tabel IV.5.	Preferensi Media Sosial.....	39
Tabel IV.6.	Penggunaan Fitur Instagram Pilihan Pertama.....	44
Tabel IV.7.	Penggunaan Fitur Instagram Pilihan Ketiga	45
Tabel IV.8.	Penggunaan Fitur Twitter Pilihan Pertama.....	47
Tabel IV.9 .	Penggunaan Fitur Twitter Pilihan Kedua	49
Tabel IV.10.	Tabulasi Silang Antara Usia Reponden dengan Preferensi Media Sosial Pilihan Pertama.....	51
Tabel IV.11.	Tabulasi Silang Antara Usia Reponden dengan PreferensiMedia Sosial Pilihan Kedua	52
Tabel IV.12.	Tabulasi Silang Antara Usia Reponden dengan Preferensi Media Sosial Pilihan Ketiga	53
TabelIV.13.	Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin Reponden dengan Preferensi Media Sosial Pilihan Pertama	55
Tabel IV.14.	Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin Reponden dengan Preferensi Media Sosial Pilihan Kedua.....	56
Tabel IV.15.	Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin Reponden dengan Preferensi Media Sosial Pilihan Ketiga.....	57
Tabel IV.16.	Tabulasi Silang Antara Pendidikan Terakhir Reponden dengan Preferensi Media Sosial Pilihan Pertama	58
Tabel IV.17.	Tabulasi Silang Antara Pendidikan Terakhir Reponden dengan Preferensi Media Sosial Pilihan Kedua.....	60
Tabel IV.18.	Tabulasi Silang Antara Pendidikan Terakhir Reponden dengan Preferensi Media Sosial Pilihan Ketiga	61
Tabel IV.19.	Tabulasi Silang Antara Pekerjaan Reponden dengan Preferensi Media Sosial Pilihan Pertama.....	63
Tabel IV.20.	Tabulasi Silang Antara Pekerjaan Reponden dengan Preferensi Media Sosial Pilihan Kedua	64
Tabel IV.21.	Tabulasi Silang Antara Pekerjaan Reponden dengan Preferensi Media Sosial Pilihan Ketiga	66

Tabel IV.22.	Tabulasi Silang Antara Usia Reponden dengan Fitur Instagram Pilihan Pertama	68
Tabel IV.23.	Tabulasi Silang Antara Usia Reponden dengan Fitur Instagram Pilihan Kedua	69
Tabel IV.24.	Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin Reponden dengan Fitur Instagram Pilihan Pertama	70
Tabel IV.25.	Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin Reponden dengan Fitur Instagram Pilihan Kedua	71
Tabel IV.26.	Tabulasi Silang Antara Pendidikan Reponden dengan Fitur Instagram Pilihan Pertama	72
Tabel IV.27.	Tabulasi Silang Antara Pendidikan Reponden dengan Fitur Instagram Pilihan Kedua	73
Tabel IV.28.	Tabulasi Silang Antara Pekerjaan Reponden dengan Fitur Instagram Pilihan Pertama	74
Tabel IV.29.	Tabulasi Silang Antara Pekerjaan Reponden dengan Fitur Instagram Pilihan Kedua	75
Tabel IV.30.	Tabulasi Silang Antara Usia Reponden dengan Fitur Twitter Pilihan Pertama	77
Tabel IV.31.	Tabulasi Silang Antara Usia Reponden dengan Fitur Twitter Pilihan Kedua	78
Tabel IV.32.	Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin Reponden dengan Fitur Twitter Pilihan Pertama	79
Tabel IV.33.	Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin Reponden..... dengan Fitur Twitter Pilihan Kedua	80
Tabel IV.34.	Tabulasi Silang Antara Pendidikan Reponden dengan Fitur Twitter Pilihan Pertama	81
Tabel IV.35.	Tabulasi Silang Antara Pendidikan Reponden dengan Fitur Twitter Pilihan Kedua	82
Tabel IV.36.	Tabulasi Silang Antara Pekerjaan Reponden dengan Fitur Twitter Pilihan Pertama	83
Tabel IV.37.	Tabulasi Silang Antara Pekerjaan Reponden dengan Fitur Twitter Pilihan Kedua	84

ABSTRAK

Daniel Santoso NRP. 1423011015. PREFERENSI MASYARAKAT SURABAYA DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL

Seiring berkembangnya zaman, kemajuan teknologi semakin pesat. Media cetak sudah mulai ditinggalkan dan beralih ke media *online*. Hampir setiap orang memiliki *smartphone*. Salah satu jenis media online yang sedang menjadi *trend* saat ini adalah media sosial.

Penelitian ini mengungkapkan bagaimana preferensi masyarakat Surabaya dalam menggunakan media sosial. Peneliti mengungkapkan media sosial apa yang dipilih oleh masyarakat Surabaya beserta fitur yang dipilih menggunakan teori *Uses and Gratification*. Dalam teori *uses and gratification*, khalayak dianggap aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya; artinya, sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan tertentu. Audiens adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi dan berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Salah satu ciri khalayak aktif adalah selektif. Khalayak harus selektif memilih media sosial yang akan digunakan untuk mencapai tujuannya. Selektifitas erat kaitannya dengan preferensi.

Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti ingin mengungkapkan bagaimana preferensi masyarakat Surabaya dalam menggunakan media sosial. Jenis media sosial dalam penelitian ini adalah Facebook, Twitter, Instagram, Path, Google Plus, dan Linked In. Masing-masing media sosial memiliki fitur yang berbeda. Fitur merupakan ciri khas yang menonjol sehingga menjadi daya tarik media sosial tersebut.

Dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwa media sosial yang mendapat pilihan pertama dari masyarakat Surabaya adalah Instagram, sedangkan pada urutan kedua adalah Facebook, dan pada urutan ketiga adalah Path. Instagram unggul dengan fitur unggah foto, sedangkan Facebook unggul dengan fitur *update status*, dan Path unggul dengan fitur *share moment*.

Kata Kunci: Preferensi Media, Media Sosial

ABSTRACT

Daniel Santoso NRP. 1423011015. THE PREFERENCE OF SURABAYA SOCIETY IN USING SOCIAL MEDIA

As time, rapid technological advances. Print media are becoming obsolete and turning to online media. Almost everyone has a smartphone. One type of online media is becoming a trend today is social media.

This study reveals how the preferences of Surabaya society in using social media. Researchers reveal what social media chosen by the people of Surabaya along with selected features using the theory of Uses and Gratification. In the uses and gratification theory, audiences are considered active use of media to meet their needs; that is to say, most important of the use of the mass media has assumed a particular purpose. The audience is an active party in the communication process and trying to find the source of media that best meet business needs. One characteristic of the active audience is selective. Audiences should be selective in choosing social media will be used to achieve its objectives. Selectivity is closely related to preference.

Therefore, this study wanted to reveals how he preferences of Surabaya society in using social media. Social media types in this study are Facebook, Twitter, Instagram, Path, Google Plus and Linked In. Each of these social media have different features. Features are characteristics that stand out that the main attraction of the social media.

In this study, researchers found that social media gets first choice of the people of Surabaya is Instagram, whereas the second is Facebook, and the third is the Path. Instagram stick out with photo upload feature, while Facebook is stick out with status update feature, and the Path stick out with the moment share.

Keyword: Media Preference, Social Media