

**TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA
MENGENAI PRODUK INDIHOME MELALUI BERBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI**

SKRIPSI



Disusun oleh:

DIAR PERMANA

1423015164

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

2019

SKRIPSI

TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA MENGENAI PRODUK INDIHOME MELALUI BERBAGAI MEDIA KOMUNIKASI

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



Disusun oleh:

DIAR PERMANA

1423015164

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

2019

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Diar Permana

NRP : 1423015164

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul :

**TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA
MENGENAI PRODUK INDIHOME MELALUI BERBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI**

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

Surabaya, 08 November 2019

Penulis



Diar Permana

NRP : 1423015164

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

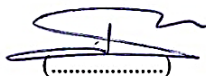
Oleh

DIAR PERMANA

NRP : 1423015164

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulis skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing 1 : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si
NIK : 142.09.0647


(.....)

Pembimbing 2 : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.kom
NIK : 142.15.0857


(.....)

Surabaya, 04 November 2019

(Diar Permana)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Pada tanggal 08 November 2019

Mengesahkan

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan,



Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si

NIK : 142.09.0647

Dewan Penguji

- | | | |
|---------------|--|---------|
| 1. Ketua | : Brigita Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom | (.....) |
| NIK | : 142.15.0849 | |
| 2. Sekretaris | : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si | (.....) |
| NIK | : 142.09.0647 | |
| 3. Anggota | : Anastasia Yuni Widyaningrum., S.Sos.M.Med.Kom | (.....) |
| NIK | : 142.09.0634 | |
| 4. Anggota | : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom | (.....) |
| NIK | : 142.15.0857 | |

LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Diar Permana

NRP : 1423015164

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA
MENGENAI PRODUK INDIHOME MELALUI BERBAGI
MEDIA KOMUNIKASI**

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, 08 November 2019

Yang menyatakan



(Diar Permana)

KATA PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua saya (Bunda dan Ayah) serta kakak Dita Purnamasari (kakak kandung saya) yang telah senantiasa memberikan semangat, support, doa serta motivasi hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.

Tidak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada Ibu Linda (HRD), Ibu Tati, Bapak Dwi Nugroho Ihsanul Walad (*Consumer Executive Account Manager (CEAM)*), Bapak Muhammad Sholihin Lazuar (Oqin - *Public Relations*) serta Ibu Jayanti Sukma Maulani pada divisi *Consumer Care & Marketing Business, Government, Enterprise, Servis* (BGES) di PT. Telkom Indonesia Regional V Surabaya yang telah menerima penulis dengan baik selama melakukan penelitian di PT. Telkom Indonesia Regional V Surabaya tersebut.

“ When you want to give up, look at back and then see how far you have climbed to reach your goals. Success is an achievement that comes after the failures. Do not ever give up ”

Surabaya, 13 Mei 2019

(Diar Permana)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan ridho-nya yang telah senantiasa menyertai, kekuatan lahir, kemampuan berfikir dan memberikan pencerahan pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada semua pihak yang telah turut membantu hingga skripsi ini dapat selesai dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin memberikan ucapan terima kasih dan apresiasi kepada :

1. Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan tepat waktu.
2. Kedua orang tua penulis, Bunda dan Ayah yang tak ada henti – hentinya memberikan doa, semangat, motivasi serta support sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
3. Kakak Dita Purnamasari (kakak kandung penulis), terima kasih atas support serta doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Ibu Linda divisi HRD serta Ibu Tati PT. Telkom Indonesia Regional V Surabaya, yang telah memberikan kemudahan izin peneliti untuk mengadakan penelitian serta banyak membantu peneliti dalam memperoleh data dan dokumen yang diperlukan peneliti.
5. Bapak Dwi Nugroho Ihsanul Walad (*Consumer Executive Account Manager* (CEAM)) serta selaku seluruh karyawan

divisi *consumer & marketing (BGES)* PT. Telkom Indonesia Regional V Surabaya, terima kasih atas bantuannya dalam mencari data, membantu peneliti dalam memperoleh data, dokumen yang diperlukan peneliti, bimbingan-nya, motivasi serta support-nya.

6. Ibu Jayanti Sukma Maulani divisi *Officer I Digital Service (BGES)* PT .Telkom Indonesia Regional V Surabaya, terima kasih atas bantuannya dalam mencari data, membantu peneliti dalam memperoleh data, dokumen yang diperlukan peneliti, bimbingan-nya, support serta motivasi-nya.
7. Bapak Muhammad Sholihin Lazuardi divisi *Public Relations* PT. Telkom Indonesia Regional V Surabaya, terima kasih atas bantuannya dalam mencari data, serta membimbing dalam memperoleh data yang dibutuhkan penulis.
8. Ibu Yuli Nugraheni selaku dosen pembimbing I skripsi. Terima kasih atas arahan, bimbingan serta kesabaran yang telah ibu berikan selama penulisan proposal skripsi ini hingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.
9. Ibu Akhsaniyah selaku dosen pembimbing II skripsi. Terima kasih atas arahan, bimbingan serta kesabaran yang telah ibu berikan selama penulisan proposal skripsi ini hingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.
10. Seluruh karyawan PT. Telkom Indonesia Regional V Surabaya yang telah banyak membantudan membimbing dalam memperoleh data yang dibutuhkan penulis.

11. Kakak Widya Widhani Wulandari, terima kasih atas support, semangat serta doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
12. Kakak Vira Varyati Vardhani, terima kasih atas support, semangat serta doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
13. Angelina Khornia, terima kasih atas support, semangat serta doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
14. Nathalia Angelita Roosalin Tobing, terima kasih atas support, semangat serta doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
15. Dan semua pihak - pihak terkait yang telah membantu kelancaran penulisan proposal skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini pasti tak luput dari kesalahan dan kekurangan. Oleh sebab itu, penulis juga menyampaikan permohonan maaf apabila ada kata-kata yang kurang tepat dan kurang berkenan dalam penulisan skripsi ini.

Penulis juga terbuka dengan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan juga dapat menjadi referensi bagi penulis selanjutnya.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Surat Pernyataan Originalitas	ii
Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing	iii
Lembar Pengesahan Dosen Penguji	iv
Halaman Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	x
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Bagan.....	xvi
Daftar Tabel.....	xvii
Daftar Diagram.....	xix
Abstrak.....	xx
<i>Abstract</i>	xxi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	21
1.4 Batasan Masalah.....	22
1.5 Manfaat Penelitian.....	22
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	22
1.5.2 Manfaat Praktis.....	23
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	24
II.1 Kerangka Teori.....	24

II.1.1 Model Komunkasi Harold Laswell	24
II.1.2 Pengetahuan	28
II.2.1.1 Faktor Mempengaruhi Pengetahuan.....	30
II.2.3 Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>).....	32
II.2 Bagan Kerangka Konseptual	35
BAB III. METODE PENELITIAN	36
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
III.2 Metode Penelitian	38
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian.....	37
III.4 Definisi Konseptual	38
III.5 Definisi Operasional	39
III.6 Populasi dan Sampel	41
III.6.1 Populasi.....	41
III.6.2 Sampel	43
III.7 Teknik Penarikan Sampel	44
III.8 Teknik Pengumpulan Data.....	45
III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas	48
III.9.1 Validitas.....	48
III.9.2 Reliabilitas.....	49
III.10 Teknik Analisis Data.....	51
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
IV.1 Gambar Subyek Penelitian.....	55
IV.2 Gambar Umum Produk Indihome.....	57
IV.3 Data Pengguna Indihome Regional V Surabaya.....	58
IV.4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
IV.4.1 Uji Validitas.....	60
IV.4.2 Uji Reliabilitas.....	63

IV.5 Hasil Penelitian.....	64
IV.5.1 Hasil Temuan dan Pembahasan.....	64
IV.5.2 Deskripsi Identitas Responden.....	66
IV.5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
IV.5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
IV.5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	70
IV.5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	71
IV.5.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	73
IV.5.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	74
IV.6 Deskripsi Media Komunikasi.....	76
IV.7 Deskripsi Tingkat Pengetahuan Responden.....	83
IV.7.1 Pengetahuan Produk Indihome.....	8
IV.7.2 Pemakaian Fitur Indihome.....	86
IV.7.3 Pembelian Produk Indihome.....	92
IV.8 Tingkat Pengetahuan Mengenai Produk Indihome.....	95

IV.8.1 Pembahasan Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya mengenai Produk Indihome.....	96
IV.8.2 Tingkat Pengetahuan Keseluruhan.....	99
IV.9 Tabulasi Silang antara Identitas Responden dengan Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya mengenai Produk Indihome.....	100
IV.9.1 Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin dengan Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya mengenai Produk Indihome.....	101
IV.9.2 Tabulasi Silang antara Usia dengan Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya mengenai Produk Indihome.....	102
IV.9.3 Tabulasi Silang antara Pendidikan Terakhir dengan Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya mengenai Produk Indihome.....	104
IV.9.4 Tabulasi Silang antara Jenis Pekerjaan dengan Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya mengenai Produk Indihome....	107
IV.9.5 Tabulasi Silang antara Penghasilan dengan Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya mengenai Produk Indihome.....	109
IV.9.6 Tabulasi Silang antara Pengeluaran dengan Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya mengenai Produk Indihome.....	110
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	113
V.1Kesimpulan.....	113
V.2 Saran.....	114
V.2.1 Saran Praktis.....	114

V.2.2 Saran Akademis.....	115
DAFTAR PUSTAKA.....	116
LAMPIRAN.....	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 01. Keuntungan Indihome.....	06
Gambar 02. Fitur Indihome.....	08
Gambar 03. My Indihome.....	09
Gambar 04. Instagram Telkom Indonesia.....	15
Gambar 05. Twitter Telkom Indonesia.....	17
Gambar 06. Facebook Telkom Indonesia.....	17
Gambar 07. Youtube Indihome.....	19

DAFTAR BAGAN

BAGAN II.1. Bagan Kerangka Konseptual.....	35
--	----

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Sekma Teori Model Komunikasi Laswelll.....	26
Tabel III.6.1 Jumlah Penduduk Kota Surabaya 2017.....	42
Tabel IV.3 Data Pengguna Indihome Regional V Surabaya.....	58
Tabel IV.2.1 Hasil Uji Validitas Kuisoner.....	61
Tabel IV.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Kuisoner.....	64
Tabel IV.5.3 Jenis Kelamin Responden.....	66
Tabel IV.5.4 Usia Responden.....	68
Tabel IV.5.5 Pendidikan Terakhir Responden.....	70
Tabel IV.5.6 Jenis Pekerjaan Responden.....	71
Tabel IV.5.7 Penghasilan Responden.....	73
Tabel IV.5.8 Pengeluaran Responden.....	75
Tabel IV.7.1 Pengetahuan Produk Indihome.....	75
Tabel IV.7.2 Pemakaian Fitur Indihome.....	84
Tabel IV.7.3 Pembelian Produk Indihome.....	86
Tabel IV.8.1 Deskripsi Hasil Indikator Pengetahuan.....	92
Tabel IV.8.2 Hasil Tingkat Pengetahuan Keseluruhan.....	99
Tabel IV.9.1 Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin dengan Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya mengenai Produk Indihome.....	101
Tabel IV.9.2 Tabulasi Silang antara Usia dengan Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya mengenai Produk Indihome.....	102
Tabel IV.9.3 Tabulasi Silang antara Pendidikan Terakhir dengan Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya mengenai Produk Indihome.....	104

Tabel IV.9.4 Tabulasi Silang antara Jenis Pekerjaan dengan Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya mengenai Produk Indihome.....	107
Tabel IV.9.5 Tabulasi Silang antara Penghasilan dengan Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya mengenai Produk Indihome.....	109
Tabel IV.9.6 Tabulasi Silang antara Pengeluaran dengan Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya mengenai Produk Indihome.....	111

DAFTAR DIAGRAM

Diagram IV.6.1 Hasil <i>Screening Questions</i> Mengetahui Produk Indihome.....	77
Diagram IV.6.2 Hasil <i>Screening Questions</i> Fitur Indihome.....	78
Diagram IV.6.3 Hasil <i>Screening Questions</i> Sumber Informasi Responden.....	80

ABSTRAK

Diar Permana. 1423015164. Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya mengenai Produk Indihome melalui berbagai Media Komunikasi tersebut.

Penelitian ini berfokus pada bagaimanakah tingkat pengetahuan dari masyarakat Surabaya mengenai produk indihome yang merupakan produk dari PT. Telkom Indonesia Regional V Surabaya. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode penelitian survie. Teori utama yang terdapat pada penelitian ini adalah Tingkat Pengetahuan didukung dengan teori proses komunikasi oleh Harold Lasswell. Dalam penelitian ini, yang menjadi indikator dalam pengukuran pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat Surabaya adalah pengetahuan produk Indihome dan pengetahuan fitur Indihome.

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei karena peneliti ingin mengumpulkan informasi, fakta dan analisis data yang tepat dari masyarakat di Surabaya mengenai produk indihome tersebut. Informasi yang dikumpulkan dalam penelitian ini menggunakan kuisioner sebagai instrumennya. Hasil dari nilai keseluruhan penelitian berjudul tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai produk indihome melalui berbagai media komunikasi memiliki nilai mean tingkat pengetahuan yang tinggi tersebut.

Kata Kunci: Tingkat Pengetahuan, Masyarakat Surabaya, PT. Telkom Indonesia Regional V Surabaya

ABSTRACT

Diar Permana . 1423015164. Surabaya Community Knowledge Level about Indihome Products through various Communication Media.

This research focuses on how the level of knowledge from the people of Surabaya about indihome products which are products of PT. Telkom Indonesia Regional V Surabaya. Researchers use a quantitative approach to the type of descriptive research. Survivors research method. The main theory contained in this study is the level of knowledge supported by the theory of the communication process by Harold Lasswell. In this research, the indicators in measuring the knowledge possessed by the people of Surabaya are Indihome product knowledge and Indihome feature knowledge.

Researchers use a quantitative approach to the type of descriptive research. The method used in this study is a survey research method because researchers want to gather information, facts and analysis of appropriate data from people in Surabaya about the indihome products. The information collected in this study uses a questionnaire as an instrument. The results of the overall value of the study titled the level of knowledge of the people of Surabaya about indihome products through sharing communication media have a high value of the mean level of knowledge.

Keywords: Knowledge Level, Surabaya Society, PT. Telkom Indonesia Regional V Surabaya