

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**TINGKAT KEPUASAN *FOLLOWERS TWITTER @COPPAMAGZ*  
TERHADAP MEDIA *ONLINE COPPAMAGZ* SEBAGAI  
MEDIA INFORMASI *DAILY K-POP NEWS***



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

**DESTIKA RAHMA YANTI**  
**NIM. 11743201493**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU  
2022**



**PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH**

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Destika Rahma Yanti  
NIM : 11743201493  
Judul : Tingkat Kepuasan Followers Twitter @CoppaMagz Terhadap Media Online CoppaMagz Sebagai Media Informasi Daily K-Pop News

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 13 April 2022

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 21 Juni 2022

Dekan,

Dr. Imron Rosidi, S.Pd.,M.A  
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Masduki, M.Ag  
NIP. 19710612 199803 1 003

Sekretaris/ Penguji II,

Yefni, M.Si  
NIP. 19700914 201411 2 001

Penguji III,

Artis, M.I.Kom  
NIP. 19680607 200701 1 047

Penguji IV,

Hayatullah Kurniadi, M.A  
NIP. 19890619 201801 1 004

2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**TINGKAT KEPUASAN FOLLOWERS TWITTER @COPPAMAGZ  
TERHADAP MEDIA ONLINE COPPAMAGZ SEBAGAI MEDIA  
INFORMASI DAILY KPOP NEWS**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Disusun Oleh:



**DESTIRA RAHMA YANTI**

**11743201493**

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 16 Maret 2022.

**Pembimbing,**

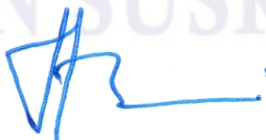


**Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom**

**NIK. 130417023**

**Mengetahui :  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,**

UIN SUSKA RIAU



**Dr. Muhammad Badri, M.Si**

**NIP. 19810313 201101 1 004**



**PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL**

Kami yang bertanda tangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Destika Rahma Yanti  
 NIM : 11743201493  
 Judul : Tingkat Kepuasan Followers Twitter @CoppaMagz Terhadap Media Online CoppaMagz Sebagai Media Informasi Daily Kpop News

Telah Diseminarkan Pada:  
 Hari : Senin  
 Tanggal : 13 September 2021

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 18 Oktober 2021

**Penguji Seminar Proposal,**

Penguji I,

**Dr.Elfiandri, M.Si**  
 NIP.197003121997031006

Penguji II,

**Febby Amelia Trisakti, M.Si**  
 NIP.199402132019032015

Hak cipta milik UIN Suska Riau  
 Dilindungi Undang-Undang  
 mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Pekanbaru, 16 Maret 2022

No : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**

di  
Tempat.

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Destika Rahma Yanti  
NIM : 11743201493  
Judul Skripsi : Tingkat Kepuasan Followers Twitter @CoppaMagz Terhadap Media Online CoppaMagz Sebagai Media Informasi Daily K-Pop News.

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Pembimbing,

**Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom.**

NIK. 130417023

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

**Dr. Muhammad Badri, M.Si.**

NIP. 19810313 201101 1 004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat :  
 Nomor : Nomor 25/2022  
 Tanggal : 16 Maret 2022

### SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Destika Rahma Yanti  
 NIM : 11743201493  
 Tempat/tgl Lahir : Harapan Makmur, 8 Desember 1999  
 Fakultas/pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi  
 Prodi : Ilmu Komunikasi  
 Judul Skripsi :

**"Tingkat Kepuasan Followers Twitter @CoppaMagz Terhadap Media Online CoppaMagz Sebagai Media Informasi Daily Kpop News".**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi semua peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 16 Maret 2022  
 Yang Membuat Pernyataan



Destika Rahma Yanti  
 NIM.11743201493



## ABSTRAK

**Nama** : Destika Rahma Yanti  
**Jurusan** : Ilmu Komunikasi  
**Judul** : Tingkat Kepuasan *Followers Twitter @CoppaMagz Terhadap Media Online CoppaMagz Sebagai Media Informasi Daily K-Pop News*

Media online telah menjadi salah satu alternatif untuk memenuhi berbagai kebutuhan informasi khalayak. Salah satu yang menggunakan media *online* sebagai sarana untuk pemenuhan kebutuhan informasi adalah kelompok penggemar *Korean Pop (K-Pop)*. Media *online* yang digunakan dan yang sering diakses penggemar K-Pop adalah media *online* CoppaMagz. Mereka menggunakan media online CoppaMagz untuk mencari dan mendapatkan informasi berita seputar dunia entertainment Korea Selatan yang mereka gemari. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori *Uses and Grtaification*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan *followers Twitter @CoppaMagz* terhadap media *online* CoppaMagz sebagai media *daily K-Pop News* dengan menggunakan tipologi motif menurut McQuail yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integritas dan interaksi sosial, dan motif hiburan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan sampel sebanyak 100 orang responden yang ditentukan melalui teknik random sampling dengan menggunakan teknik analisis data deskriptif. Berdasarkan data yang diperoleh maka hasil tingkat kepuasan responden berdasarkan empat indikator dalam penelitian ini mencapai hasil rata-rata sebesar 79,275% yang termasuk kedalam range tingkat kepuasan 61%-80% yang artinya responden merasa puas terhadap media *online* CoppaMagz. Khususnya pada indikator kepuasan informasi yang menduduki urutan pertama dengan tingkat kepuasan responden mencapai 82,7% yang termasuk kedalam range 81%-100% yang berarti sangat memuaskan. Hal tersebut menunjukkan bahwa *followers Twitter @CoppaMagz* telah tepat memilih dan menggunakan media *online* CoppaMagz sebagai media untuk memenuhi kebutuhan informasi harian *K-Pop* mereka.

**Kata Kunci** : Kepuasan, *Followers Twitter*, Informasi, *K-Pop*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ABSTRACT**

**Name** : Destika Rahma Yanti  
**Department** : Communication Science  
**Title** : **The Satisfaction Level of @CoppaMagz’s Twitter Followers Towards CoppaMagz Online Media as Information Media For Daily K-Pop News**

Online media has become an alternative to meet the various information needs of audiences. One of those who use online media to fulfill their information needs is the Korean Pop (K-Pop) fan group. The online press used and frequently accessed by K-Pop fans is CoppaMagz online media. They use CoppaMagz online media to find and get news about the South Korean entertainment world they enjoy. The theory used in this study is the theory of Uses and Gratification. The purpose of this research is to find out how much satisfaction level of Twitter followers @CoppaMagz with online media CoppaMagz as daily K-Pop News media using a typology of motives according to McQuail, namely information motives, personal identity motives, integrity motives, and social interaction, and entertainment motives. This study used quantitative research methods, and a sample of 100 respondents was determined through random sampling using descriptive data analysis techniques. Based on the data obtained, the results of the respondent's satisfaction level based on the four indicators in this study achieved an average mark of 79.275%, which is included in the range of 61%-80% satisfaction level, which means that respondents are satisfied with CoppaMagz online media. In particular, the information satisfaction indicator ranks first, with the respondent's satisfaction level reaching 82.7%, which is included in the range of 81%-100%, which means very satisfying. This shows that Twitter followers @CoppaMagz have correctly selected and used CoppaMagz online media as a medium to meet their daily K-Pop information needs.

**Keywords:** *Satisfaction, Twitter Followers, Information, K-Pop*





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR



Puji dan syukur kehadiran Allah Subhanahu WaTa'ala yang telah memberikan segala rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna melengkapi tugas akhir untuk memperoleh gelar Strata satu atau S1. Shalawat beserta salam kepada junjungan alam yaitu Rasulullah Muhammad Shallallahu 'AlaihiWa Salam yang telah membawa risalah Islam serta menegakkan ketauhidan akan Allah SWT semata sehingga kita bisa merasakan nikmatnya Iman dan Islam.

Skripsi dengan judul **“Tingkat Kepuasan Followers Twitter @CoppaMagz Terhadap Media Online CoppaMagz Sebagai Media Informasi Daily K-Pop News”** ini diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau guna untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi yaitu S.I.Kom.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari tidak terlepas dari bimbingan, dorongan, serta bantuan dari berbagai pihak hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir. Skripsi ini adalah hadiah yang saya persembahkan kepada ayahanda Rianto dan ibunda Maryatun yang sangat saya cintai, yang mana telah mendidik, mendukung, dan mendo'akan penulis hingga penulisan skripsi ini bisa selesai. Dan seterusnya penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M. Ag, Wakil Rektor I Dr. Hj. Helmiati, M.Ag, Wakil Rektor II Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd dan Wakil Rektor III Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A., Wakil Dekan (APL) Dr.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Masduki, M.Ag., Wakil Dekan (AUPK) Dr. Toni Hartono, M.Si, Wakil Dekan III (KK) Dr. H. Arwan, M.Ag.

3. Ketua program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Dr. M. Badri, S.P., M.Si dan Sekretaris Proqram Studi Ilmu Komunikasi Artis, S.Ag., M.I.Kom.
4. Penasehat Akademik Dr. Nurdin, M.A yang telah memberikan dukungan dan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Pembimbing Skripsi Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom yang selalu sabar dalam proses bimbingan dan memberikan saran serta nasehat selama proses penulisan skripsi ini. Beliau juga sangat berjasa dalam membimbing penulis serta memberikan ide dan motivasi sehingga penulisan ini selesai dengan sebagaimana mestinya.
6. Kepada Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama masa kuliah, serta seluruh Staff dan Pegawai yang telah membrikan pelayanan selama perkuliahan penulis.
7. Kepada Staff Pegawai Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memebrikan pelayanan buku-buku yang menjadi sumber referensi penulis selama perkuliahan.
8. Terimakasih untuk keluarga tercinta Bapak Rianto dan Ibu Maryatun yang telah memberikan dukungan, nasihat, restu, do'a, serta kasih dan sayang kepada penulis. Dan terimakasih kepada adik tersayang penulis yaitu Amelia Alfiana.
9. Terimakasih kepada diri sendiri sudah mampu survive sampai saat ini, dan terimakasih karena masih bertahan walaupun sering mengeluh dan ingin menyerah. You really did a great job, Des!
10. Kepada teman-teman seperjuangan perkuliahan Azifah, Ulfa, Cindy, Weny, Ghefira, Ela yang selalu ada untuk membantu, mendukung dan menghibur semasa kuliah dan penyusunan skripsi ini.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

11. Kepada Squad 8 Elly, Dinda, Adawiyah, Wulan, Widy, Gytha, dan Lily yang telah menyemangati dan memotivasi penulis selama ini.
12. Kepada teman-teman Kos Mia, Dinda, Mega, Dwi yang menjadi teman seperjuangan yang selalu membantu dan menemani penulis selama dimasa perantauan.
13. Kepada Neo Culture Technology (NCT) yang telah menjadi mood booster bagi penulis serta menjadi sumber ide bagi penulis untuk mendapatkan judul penelitian ini.
14. Dan teruntuk semua pihak yang membantu penulis dalam mengerjakan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebut satu persatu. Penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya.

Penulis menyadari akan adanya kekurangan dan kelemahan dalam penyajian skripsi ini yang disebabkan oleh keterbatasan ilmu pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki penulis. Penulis berharap semoga hasil dari skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang memerlukan informasi dari skripsi ini.

Pekanbaru, 16 Maret 2022

Penulis

Destika Rahma Yanti

11743201493

UIN SUSKA RIAU



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Penegasan Istilah .....	6
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
A. Kajian Terdahulu .....	11
B. Landasan Teori .....	16
C. Koseptualisasi dan Operasional Variabel .....	31
D. Kerangka Pikir.....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
A. Pendekatan Penelitian.....	39
B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	40
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	40
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data .....	42
F. Teknik Analisis Data .....	44
G. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM.....</b>	<b>47</b>
A. Sekilas Tentang <i>Korean Pop (K-Pop)</i> .....	47

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Media <i>Online</i> CoppaMagz .....	49
--	----

**BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN ..... 57**

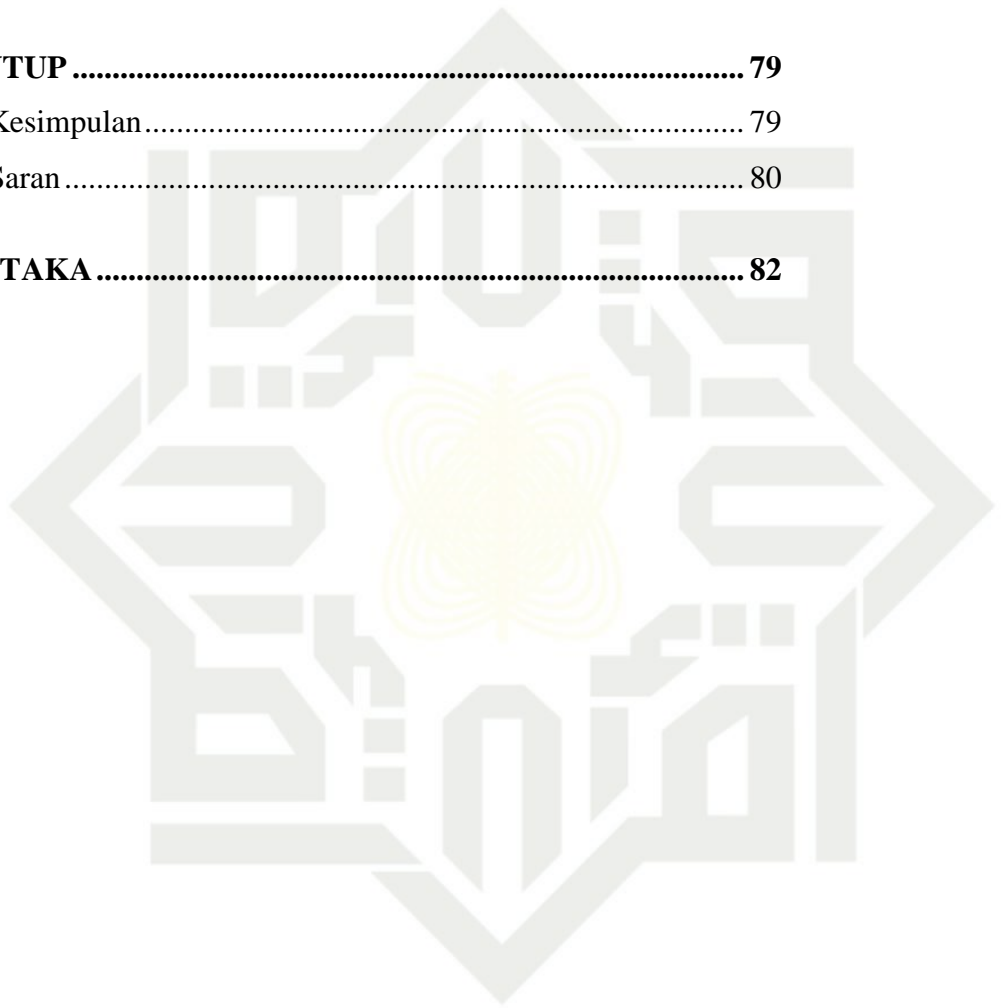
A. Hasil Penelitian.....	57
B. Analisis Data .....	74
C. Pembahasan .....	76

**BAB VI PENUTUP ..... 79**

A. Kesimpulan.....	79
B. Saran .....	80

**DAFTAR PUSTAKA ..... 82**

**LAMPIRAN**





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Konsep Operasional .....	36
Tabel 3. 1	Range Skala Tingkat Kepuasan .....	45
Tabel 5. 1	Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Tabel 5. 2	Responden Penelitian Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 5. 3	Responden Penelitian Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	59
Tabel 5. 4	Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan .....	59
Tabel 5.5	Tanggapan Responden Tentang Memperoleh Informasi Berita <i>K-Pop yang Up To Date</i> Dari Media Online CoppaMagz.....	61
Tabel 5.6	Tanggapan Responden Tentang Kejelasan Informasi Pemberitaan Skandal Idol <i>K-Pop</i> .....	62
Tabel 5.7	Tanggapan Responden Tentang Informasi Dari Media <i>Online</i> CoppaMagz yang Merupakan Fakta dan Bukan Hoax .....	62
Tabel 5.8	Tanggapan Responden Tentang Pernyataan Memperoleh Informasi Jadwal Kegiatan Idol <i>K-Pop</i> .....	63
Tabel 5.9	Tanggapan Responden Tentang Informasi <i>K-Pop</i> Dapat Dengan mudah Diakses .....	64
Tabel 5.10	Tanggapan Responden Tentang Pernyataan Dapat Menambah Wawasan Tentang <i>K-Pop</i> .....	64
Tabel 5.11	Tanggapan Responden Tentang Memperoleh Peristiwa-Peristiwa Sebagai Masukan Bagi Diri Sendiri.....	65
Tabel 5.12	Tanggapan Responden Tentang Media <i>Online</i> CoppaMagz Memuaskan Rasa Penasaran Tentang Berita <i>K-Pop</i> .....	66
Tabel 5. 13	Tanggapan Responden Tentang Pernyataan Meningkatkan Kepercayaan Diri Sebagai Penggemar <i>K-Pop</i> .....	67
Tabel 5. 14	Tanggapan Responden Tentang Pernyataan Puas Lebih Mudah Beradaptasi Dengan Lingkungan Fandom.....	67
Tabel 5. 15	Tanggapan Responden Tentang Pernyataan Puas Memperoleh Pengetahuan Tentang Keadaan Orang Lain.....	69



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 5. 16	Tanggapan Responden Tentang Pernyataan Puas Memperoleh Bahan Percakapan.....	69
Tabel 5. 17	Tanggapan Responden Tentang Pernyataan Puas Mampu Berbagi Informasi <i>K-Pop</i> Dengan Orang Lain .....	70
Tabel 5. 18	Tanggapan Responden Tentang Pernyataan Puas Bisa Dekat Dengan Penggemar <i>K-Pop</i> Lain .....	71
Tabel 5. 19	Tanggapan Responden Tentang Merasa Puas Dapat Mengurangi Stress Dengan Konten <i>K-Pop</i> CoppaMagz .....	72
Tabel 5. 20	Tanggapan Responden Tentang Pernyataan Merasa Puas Dapat Mengisi Kekosongan Waktu Luang .....	72
Tabel 5.21	Tanggapan Responden Tentang Pernyataan Merasa Puas Memperoleh Ketenangan dan Hiburan <i>K-Pop</i> .....	73
Tabel 5. 22	Uji Validitas .....	75
Tabel 5. 23	Uji Reliabilitas .....	76



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 <i>K-Pop Twitter Conversion Growth Curve From 2010-2020....</i>	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	37
Gambar 4. 1 Logo CoppaMagz.....	51
Gambar 4. 2 CEO & CFO Media <i>Online</i> CoppaMagz .....	51
Gambar 4. 3 Divisi Editorial Media <i>Online</i> CoppaMagz .....	52
Gambar 4. 4 <i>Clients &amp; Networks</i> Media <i>Online</i> CoppaMagz.....	52
Gambar 4. 5 Tampilan Portal Berita Media <i>Online</i> CoppaMagz.....	53
Gambar 4. 6 Tampilan Instagram Media <i>Online</i> CoppaMagz.....	54
Gambar 4. 7 Tampilan Twitter Media <i>Online</i> CoppaMagz .....	54
Gambar 4. 8 Tampilan Header Twitter Media <i>Online</i> CoppaMagz.....	55
Gambar 4. 9 Tampilan Youtube Media <i>Online</i> CoppaMagz .....	56



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian

Lampiran II Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya kemajuan teknologi semakin memudahkan manusia untuk memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Saat ini teknologi sudah berkembang diberbagai bidang kehidupan manusia, dan salah satunya adalah dalam bidang penyebaran informasi. Teknologi informasi berkembang dan memberikan kemudahan bagi manusia untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi dengan lebih mudah melalui perangkat-perangkat yang semakin canggih. Teknologi komunikasi sudah hadir dengan bermacam-macam bentuk serta jenis yang kemampuannya sangat berpengaruh dalam hal penyebaran informasi dengan jangkauan yang luas dan cepat. Hal tersebut menjadikan manusia mampu berinteraksi tanpa harus bertemu atau bertatap muka secara langsung.

Salah satu produk dari berkembangnya teknologi pada media yaitu adanya media massa. Media massa dalam artian merupakan suatu alat atau sarana untuk penyampaian dalam pemenuhan kebutuhan manusia dalam mencari informasi.<sup>1</sup> Menurut Jenkis (2004) dalam jurnalnya *The Cultural Logic of Media Convergence*, saat ini media massa telah terkonvergensi ke format digital yang mana disebabkan oleh dorongan teknologi *Internet*, yang memungkinkan menyatunya berbagai ragam media konvensional yang kemudian bisa diakses melalui jaringan *internet*.<sup>2</sup> *Internet* pada dasarnya merupakan sebuah jaringan antar komputer yang saling berkaitan, yang tersedia secara terus-menerus sebagai pesan-pesan elektronik, termasuk email, transmisi file, dan komunikasi dua arah antar individu atau komputer.<sup>3</sup> Teknologi *Internet* hadir dan menciptakan media baru yang dikenal dengan

<sup>1</sup> Vira Vanessa Priyanka Putri, *Teori Komunikasi Massa Dan Perubahan Masyarakat* (Malang: (Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Intelligensia Media (Intrans Publishing Group), 2020).

<sup>2</sup> Jenkins, H., "The Cultural Logic of Media Convergence" 7, no. 1 (2004): 33–43, <https://doi.org/10.1177/1367877904040603>.

<sup>3</sup> Werner J, Severin, and James W Tankard Jr, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terapan Di Dalam Media Massa* (Jakarta: Kencana, 2011).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

jejaring sosial. *Social Network Sites (SNS)* atau disebut juga dengan situs jejaring sosial, yang menjadi pusat cara orang untuk mendapatkan informasi.<sup>4</sup>

Kemunculan media-media baru sangat berpengaruh untuk cepatnya penyebaran informasi dan pemenuhan kebutuhan informasi khalayak. *New Media* atau media baru adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel optik broadband, satelit dan sistem gelombang mikro.<sup>5</sup> Menurut Dennis McQuail, ciri media baru adalah interkoneksi, adanya akses khalayak individu, interaktivitas, kegunaan beragam untuk berbagai macam jenis kebutuhan manusia.<sup>6</sup> Dengan kata lain, bahwa media baru ini merupakan generasi penyempurna dari media-media konvensional sebelumnya (cetak dan elektronik) dengan kelebihan dan kekuatan yang tidak dimiliki oleh media-media konvensional.

Salah satu produk media baru yang menyediakan layanan penyebaran informasi berupa berita di *internet* yaitu media *online*. Berdasarkan *survey* yang dikutip dari detik.com oleh Fajar Widiatoro (Diakses pada Jum'at, 8 Oktober 2021 pukul 08.38 WIB) bahwa terdapat kecenderungan dari semakin banyaknya masyarakat mencari berita atau informasi melalui situs jaringan *Online* dibandingkan melalui media cetak. Hal itu disebabkan karena perkembangan *website* atau portal berita yang semakin banyak dan telah terbukti kemampuannya untuk menyajikan berita-berita hangat dengan cepat dan dengan mudah diakses.<sup>7</sup> Kemudahan yang disajikan oleh media *online* yaitu seperti kita bisa mengakses informasi dimana saja dengan kecepatan berita yang didapat, dan lebih praktis dalam hal biaya membuat masyarakat sudah banyak berpindah dari media konvensional seperti koran atau majalah-majalah ke media-media *online*. Pada saat ini, media *online* menjadi alternatif lain untuk memenuhi kebutuhan informasi khalayaknya.

<sup>4</sup> Bergstrom Annika Maria Jervelycke Belfrage, "News in Social Media (Incidental Consumption and the Role of Opinion Leaders)," Informa UK Limited, Trading as Taylor & Francis Group, January 12, 2018, 583–98.

<sup>5</sup> Terry Flew, *Media Baru: Sebuah Permulaan* (Universitas Indonesia Press, 2008).

<sup>6</sup> Dennis McQuail, "Teori Komunikasi Massa" (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), 43.

<sup>7</sup> Fajar Widiatoro, "Media Online Mulai 'Memangsa' Media Cetak," Mei 2010, www.detik.com.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Komunitas penggemar *Korean Pop (K-Pop)* merupakan salah satu yang menggunakan media *online* sebagai media untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Komunitas penggemar *K-Pop* tersebut dinamakan “*Fandom*”. *Fandom* sendiri adalah singkatan dari *fan kingdom* (kerajaan fan). *Fandom*, dalam istilah yang paling dasar adalah sekelompok *fans* yang membentuk jaringan sosial dengan satu sama lain berdasarkan kepentingan bersama mereka dalam membaca dan menonton teks tertentu.<sup>8</sup> Para komunitas penggemar *Korean Pop* membutuhkan informasi sebagai bagian dari tuntutan hobinya, pendukung kegiatan fangirlingnya, dan pemenuh kebutuhannya dalam melaksanakan kegiatan mengagumi dunia *Korean Pop*. Salah satu cara untuk memuaskan kebutuhan informasi mengenai *K-Pop News*, mereka menggunakan berbagai macam *platform* dan media *online* seperti salah satunya yaitu media sosial *Twitter*.

CoppaMagz adalah sebuah media *online* yang menyebarkan dan menyiarkan informasi *K-Pop News* yang terkenal dikalangan penggemar *Korean Pop* di Indonesia. CoppaMagz ini dibentuk oleh komunitas penggemar *K-Pop* yang ada di Jakarta pada tahun 2013. Dengan sebutan sebagai *Indonesian K-Pop News Portal*, CoppaMagz menyajikan berbagai informasi hiburan yang ada di Negara Korea Selatan, mulai dari *K-Pop* hingga *K-Drama*.<sup>9</sup> CoppaMagz sendiri merupakan media *online* yang mudah diakses oleh penggemar *Korean Pop*, dengan mengikuti informasi atau berita yang diberikan oleh CoppaMagz, para penggemar *Korean Pop* dapat memuaskan kebutuhan seputar info *entertainment* di Negara Korea Selatan contohnya seperti informasi mengenai jadwal-jadwal kegiatan idol *K-Pop*, informasi *K-Drama* terbaru, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan dunia *entertainment* dinegara tersebut. CoppaMagz mempunyai *website* yang berdomain ‘coppamagz.com’, dan aktif di beberapa *platform* sosial media

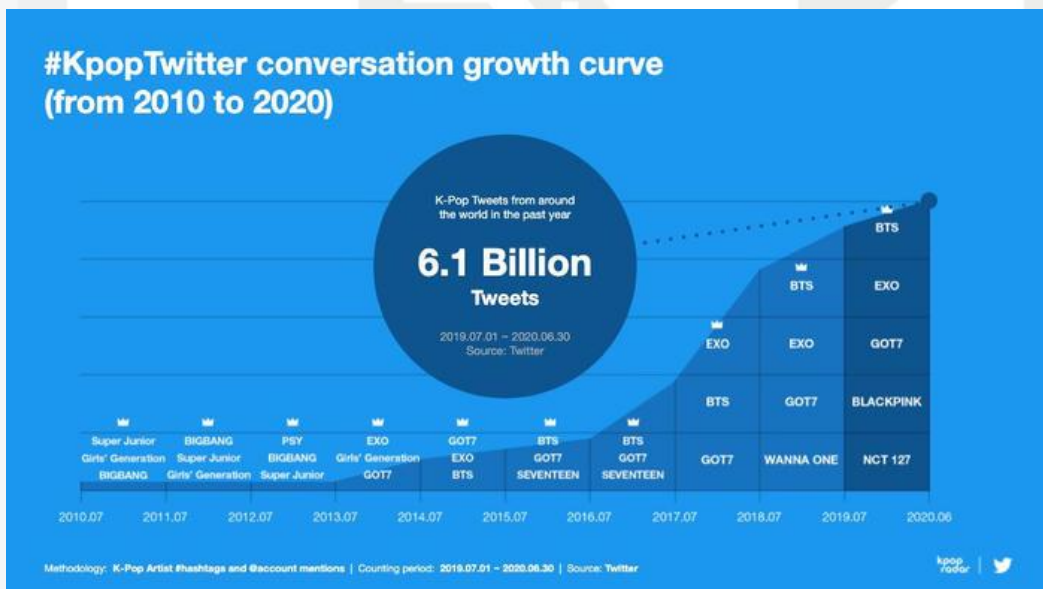
<sup>8</sup> Betsy Gooch, “*The Communication of Fan Culture: The Impact of New Media on Science Fiction and Fantasy Fandom*,” Georgia Institute of Technology, 2008.

<sup>9</sup> Arsy Baiq Shazkya, Retno Indah Rokhmawati, and Aditya Rachmadi, “*Analisis Pengalaman Pengguna Dengan Menggunakan Mixed-Methods Approach Studi Pada Website Coppamagz*,” n.d., 6.

seperti di *Twitter* dengan *user name* @coppamagz dengan jumlah 43.500 *followers*, di *Instagram* dengan *user name* CoppaMagz jumlah 572 ribu *followers* dan di *Youtube* dengan jumlah 325.000 *subscribers*.

Jika dilihat dari semakin maraknya fenomena *Korean Pop* dikalangan remaja di Indonesia, menjadikan semua sosial media dipenuhi oleh topik-topik yang tak jauh dari berita *K-Pop*. Hal tersebut dapat dilihat diberbagai macam sosial media seperti *Twitter*, *Instagram*, *Youtube* dan lain sebagainya. Di media sosial *Twitter*, hampir setiap hari kolom *trending* topiknya didominasi oleh topik-topik *K-Pop*. Berdasarkan artikel yang dilansir oleh *website* Prambors FM (<https://www.pramborsfm.com/entertainment/>), mengatakan bahwa pada 21 September 2020, *Twitter* membagikan laporan statistik “*Twitter K-Pop*”. Dalam laporan tersebut, tercatat ada total 6,1 miliar *tweet* terkait *K-Pop* dalam satu tahun terakhir dimana data tersebut diolah antara 1 Juli 2019 hingga 30 Juni 2020.

**Gambar 1. 1**  
***K-Pop Twitter Conversation Growth Curve From 2010 - 2020.***  
**(TWITTER DATA)**



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Masih didalam *website* Prambors FM, berdasarkan *unique voices on Twitter*, diketahui negara-negara yang paling sering membuat cuitan (*tweet*) tentang hal *K-Pop* yaitu negara Amerika Serikat yang menduduki peringkat ke-1, Jepang di posisi ke-2, sedangkan Korea Selatan berada di urutan ke-3, dan di urutan ke-4 di duduki oleh Negara Indonesia. Dari hasil data statistik yang diberikan *Twitter* dan menyebutkan bahwa Indonesia menduduki urutan ke-4 dalam *tweet* tentang *K-Pop*, maka hal tersebut menyebabkan banyak media-media *online* bermunculan untuk berlomba-lomba memberikan informasi seputar *K-Pop* tersebut. Banyak akun-akun penggemar *K-Pop* yang mencari dan mendapatkan berita atau informasi *K-Pop* yang bersumberkan kepada media *online* CoppaMagz sebagai pemuas kebutuhan informasi mereka. Hal itu membuktikan bahwa CoppaMagz memang merupakan media *online* yang populer dikalangan para penggemar *K-Pop* untuk penyebaran dan pemenuhan kebutuhan informasi *Daily K-Pop News* di Indonesia.

Diantara *platform-platform* yang dimiliki oleh CoppaMagz yang paling ramai pengikutnya yaitu di *Instagram*. Tetapi didalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Followers* akun *Twitter* @CoppaMagz itu sendiri dengan jumlah *Followers* sebanyak 43.500 per 4 April 2021, sebagai subjek penelitiannya dikarenakan di platform *Twitter* dapat dilihat secara langsung topik pembahasan apa yang sedang ramai dan menjadi *trending topic* sehingga hal tersebut menjadikan para akun komunitas *K-Pop* lebih dekat dengan berita dan tahu apa saja yang sedang ramai dibicarakan. Dari fenomena tersebut, peneliti ingin melihat seberapa tingkat kepuasan para penggemar *K-Pop* tersebut terhadap media *online* CoppaMagz yang didalamnya termasuk kepada media sosial *Twitter*, *Instagram* dan *Youtube* dari CoppaMagz itu sendiri sebagai penyedia media informasi *Daily K-Pop News*.

Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification*, yang dicetuskan oleh Herbert Blumer dan Ellihu Katz pada tahun 1974. Dalam Ruggiero (2000) Pada dasarnya teori *Uses and Gratification* ini mempelajari suatu kepuasan yang dicari audiens sehingga ia menggunakan media tersebut

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan apa saja isi media yang dapat memuaskan kebutuhan sosial dan psikologisnya.<sup>10</sup> Untuk meneliti tingkat kepuasan penggemar *K-Pop* terhadap media CoppaMagz, maka diukur berdasarkan 4 motif penggunaan media menurut Mc Quail, yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan yang terakhir yaitu motif hiburan.

Kepuasan khalayak pembaca media *online* menjadi hal yang penting untuk diteliti, dikarenakan pada kenyataan yang ada, pembaca yang tidak merasa puas terhadap penyajian informasi dan konten-konten yang ada pada sebuah media *online* maka cenderung akan mencari penyedia layanan informasi yang lebih mampu memuaskan kebutuhannya. Karena media *online* yang berhasil adalah media *online* yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat melalui konten-konten yang berkualitas.

Berdasarkan hal diatas maka terlihat pada dasarnya khalayak secara aktif memilih dalam penggunaan media. Aktif yang dikatakan disini yaitu aktif dalam menggunakan media *online* ataupun sumber yang lainnya dimana khalayak memiliki tujuan masing-masing untuk memilih apa yang dibutuhkan oleh dirinya sendiri. Maka dari itu apakah kebutuhan dari khalayak (*Followers Twitter @CoppaMagz*) dapat terpenuhi atau tidak dan kebutuhan informasinya terpuaskan atau tidak dengan adanya informasi-informasi yang disajikan melalui media *online* CoppaMagz.

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka peneliti tertarik untuk mengkaji permasalahan ini, oleh karena itu peneliti mengangkat judul penelitian yaitu **“Tingkat Kepuasan *Followers Twitter @CoppaMagz* Terhadap Media *Online* CoppaMagz Sebagai Media Informasi *Daily K-Pop News*”**.

#### B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari adanya kesalah pahaman dalam memahami judul penelitian tentang “Tingkat Kepuasan *Followers Twitter @CoppaMagz* Terhadap Media *Online* CoppaMagz Sebagai Media Informasi *Daily K-Pop*”

<sup>10</sup> Thomas E Ruggiero, *Uses and Gratification Theory in the 21st Century*, 2000.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

News”, maka penulis perlu memberikan penegasan dan penjelasan. Istilah-istilah yang merupakan unsur penting dalam penelitian ini adalah:

### 1. Tingkat Kepuasan

Menurut Lovelock dan Wirtz, yang dimaksud dengan kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan.<sup>11</sup> Tingkat kepuasan dalam penelitian ini adalah tingkat perasaan dari *Followers Twitter @CoppaMagz* setelah mengkonsumsi media *Online CoppaMagz* sebagai media informasi *Daily K-Pop News*.

### 2. *Followers Twitter*

*Twitter* memiliki sistem pengikut atau yang lebih sering dikenal dengan sebutan *Followers*. *Followers* adalah orang yang mengikuti suatu akun. Dengan menjadi *followers* kita dapat melihat dan mengetahui apa-apa saja yang di posting oleh akun yang kita ikuti.

### 3. *Media Online*

Pada masa sekarang media massa sangat penting bagi manusia untuk memenuhi kebutuhannya didalam berbagai hal. Salah satunya adalah media massa didalam *internet* yaitu media *online*. Media *online* digunakan untuk mencari informasi secara cepat melalui jaringan *internet*. Fitur-fitur yang ada dalam media *online* menawarkan kemungkinan-kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan informasi berita.<sup>12</sup>

### 4. *CoppaMagz*

*Coppamagz* adalah media *online* terkenal yang menyajikan informasi-informasi atau berita seputar dunia *entertainment* Korea Selatan. *CoppaMagz* dibentuk oleh komunitas penggemar Korean Pop di Jakarta pada tahun 2013. Melalui media *online CoppaMagz*, para komunitas penggemar *Korean Pop* bisa dapat mengakses informasi mengenai *entertainment* Korea Selatan yang aktual dan mudah diakses.

<sup>11</sup> Lovelock, C, and John Wirtz, *Pemasaran Jasa Perspektif Edisi 7* (Jakarta: Erlangga, 2011).

<sup>12</sup> Santana K, *Jurnalisme Kontemporer* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## 5. Media Informasi

Media informasi adalah sebuah wadah atau sarana yang digunakan untuk memberikan informasi mengenai berbagai hal. Melalui perantara media, informasi dapat tersebar dan dapat didapatkan secara cepat dan luas.

## 6. Daily K-Pop News

*Daily K-Pop News* adalah arti dari berita harian *K-Pop* atau berita mengenai dunia *Korean Pop* dalam sehari-hari. *Korean Pop* adalah aliran musik dari Korea Selatan yang sekarang sedang sangat mendunia dikalangan remaja-remaja termasuk remaja di Indonesia.

## C. Rumusan Masalah

### 1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana kepuasan *followers Twitter @CoppaMagz* terhadap media *online CoppaMagz* sebagai media informasi *daily K-Pop News*?
- b. Seberapa besar tingkat kepuasan *followers Twitter @CoppaMagz* terhadap media *online CoppaMagz* sebagai media informasi *daily K-Pop News*?

### 2. Batasan Masalah

Seperti pada pembahasan yang telah diuraikan diatas agar pembahasan ini terarah dan menghindari penjelasan yang terlalu luas, maka penulis membatasi masalah yaitu hanya membahas masalah tentang Tingkat Kepuasan *Followers Twitter @CoppaMagz* Terhadap Media *Online CoppaMagz* Sebagai Media Informasi *Daily K-Pop News* dengan menggunakan metode kuantitatif.

### 3. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Seberapa besar Tingkat Kepuasan *Followers Twitter @CoppaMagz* Terhadap Media *Online CoppaMagz* Sebagai Media Informasi *Daily K-Pop News*?”.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah guna untuk mengetahui seberapa besar Tingkat Kepuasan *Followers Twitter @CoppaMagz Terhadap Media Online CoppaMagz Sebagai Media Informasi Daily K-Pop News.*

### 2. Kegunaan Penelitian

#### a. Kegunaan Teoritis

- 1) Sebagai salah satu kajian ilmiah dalam kontribusi pengembangan penelitian mahasiswa Ilmu Komunikasi khususnya konsentrasi *broadcasting* dalam penelitian media baru.
- 2) Untuk mengembangkan ilmu yang di dapatkan oleh penulis selama menjadi mahasiswa Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.

#### b. Kegunaan Praktis

- 1) Penelitian ini dibuat sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) Konsentrasi Broadcasting Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
- 2) Dapat memberikan kontribusi bagi dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan dan diharapkan bisa bermanfaat untuk penelitian lanjutan bagi peneliti atau pihak lain dan bisa dijadikan sebagai acuan atau referensi bagi mahasiswa.

## E. Sistematika Penulisan

Peneliti membagi penulisan kedalam 6 BAB yaitu sebagai berikut:

### BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## **BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR**

Pada bab ini membahas mengenai kajian teori yang mendukung penyusunan penelitian ini, uraian penegasan istilah, kajian terdahulu beserta kerangka pikir.

## **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Tentang metodologi yang memaparkan metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas, dan teknik analisa data.

## **BAB IV : DESKRIPSI UMUM**

Deskripsi umum penjelasan gambaran umum mengenai objek penelitian yaitu media *online* CoppaMagz

## **BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menyajikan hasil penelitian dan pembahasan tentang seberapa tinggi Tingkat Kepuasan *Followers Twitter @CoppaMagz Terhadap Media Online CoppaMagz Sebagai Media Informasi Daily K-Pop News*

## **BAB VI : PENUTUP**

Bab ini merupakan bagian penutup yang didalamnya berisi kesimpulan dan saran yang bermanfaat bagi pembaca dan penelitian-penelitian selanjutnya sebagai masukan ataupun pertimbangan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### A. Kajian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan mengenai media *Online* sebagai media informasi, antara lain:

1. Jurnal karya Anggi Pradita **Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial Snapchat di Pekanbaru**, penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui nilai tingkat kepuasan mahasiswa dalam menggunakan media sosial snapchat di Pekanbaru. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Sampel penelitian ini sebanyak 166 responden yang ditentukan dengan menggunakan rumus populasi yang tidak diketahui dengan tingkat akurasi 99%. Sampel diambil dengan metode accidental sampling. Dengan melihat perbandingan skor motif gratifikasi yang diperoleh dengan kebutuhan pengguna dengan menggunakan media sosial snapchat, hasil rerata nilai hitung GS (3,137) lebih kecil dari nilai GO (3.189). Yang berarti terjadi ketidaksesuaian gratifikasi karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dari kebutuhan yang diinginkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat gratifikasi penggunaan snapchat media sosial oleh mahasiswa pekanbaru berada pada kategori tinggi dengan nilai kalkulasi 3,163, pengolahan data dilihat dari empat indikator yaitu informasi, identitas pribadi, interaksi sosial, dan hiburan.<sup>13</sup> Perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada subjek dan objek yang akan diteliti dan juga penggunaan skala ukur yang berbeda. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama menggunakan teori *Uses and Gratification* dan menggunakan indikator kepuasan yang sama.

<sup>13</sup> Anggi Pradita, "Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial Snapchat di Pekanbaru" 4 (2017): 12.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jurnal karya Gusmia Arianti **Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram dan Path**, penelitian ini bertujuan menganalisis fenomena penggunaan media sosial dengan fokus kajian pada kredibilitas media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat dan menjawab persoalan tentang aktualisasi *Uses and Gratification theory*, khususnya penggunaan media sosial Instagram dan Path. Atribut-atribut kepuasan penggunaan media sosial Instagram dan Path yang digunakan adalah untuk interaksi sosial, mencari informasi, menghabiskan waktu, hiburan, relaksasi, kegunaan berkomunikasi dan kenyamanan. Tingkat kepuasan pengguna media sosial yang paling tinggi adalah pengguna Instagram di kalangan Mahasiswa, artinya kalangan mahasiswa merasa sangat puas dengan fitur dan kelebihan yang dimiliki oleh Instagram. Secara umum, remaja merasa puas dengan menggunakan Instagram dibandingkan dengan Path.<sup>14</sup>

3. Jurnal karya Raditya Pratama Putra dan Yuliani Rachma Putri. **Kepuasan Mahasiswa Telkom University Dalam Pemanfaatan Situs [smb.telkomuniversity.ac.id](http://smb.telkomuniversity.ac.id) Sebagai Media Informasi**. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan, serta mengetahui tingkat kepuasan pada mahasiswa Universitas Telkom dalam menggunakan situs [smb.telkomuniversity.ac.id](http://smb.telkomuniversity.ac.id). Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini adalah terjadinya kesenjangan kepuasan dari skor rata-rata Gratification Sought dan Gratification Obtained. Untuk motif informasi diperoleh skor  $3,22 > 3,14$  dan untuk motif identitas pribadi diperoleh skor  $3,23 > 3,16$ , sehingga terjadi kesenjangan bahwa media tidak memuaskan ( $GS > GO$ ). Integrasi dan interaksi sosial diperoleh skor  $2,69 < 2,73$ , dan hiburan diperoleh skor  $2,72 < 2,80$ , sehingga terjadi kesenjangan yang memuaskan

<sup>14</sup> Gusmia Arianti, "Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram dan Path," *Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Al Azhar Indonesia (UAI)*, n.d., 180–92.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(GS<GO).<sup>15</sup> Perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada subjek dan objek yang diteliti, serta dalam penelitian saya hanya menggunakan satu variabel saja yaitu variabel tingkat kepuasan. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan teori *Uses and Gratification* dan indikator kepuasannya.

4. Jurnal karya Teguh Husada Putra, Noveina S. Dugis, dan Maria Yuliasuti **Kepuasan Anggota Instansantara Surabaya Pada Penggunaan Media Sosial Instagram**, Penelitian ini meneliti kepuasan anggota Instansantara Surabaya dalam menggunakan Instagram. Populasi penelitian ini adalah seluruh anggota Instansantara Surabaya yang dibentuk pada tahun 2012. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Penelitian ini menggunakan empat indikator dengan kategori untuk mencari kesenjangan antara GS (Gratification Sought) dan GO (Gratification Obtained) dilihat dari Hubungan Sosial, Identitas Pribadi, Informasi dan Hiburan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan anggota Instansantara Surabaya dalam menggunakan media sosial Instagram termasuk dalam tingkat kepuasan yang rendah. Meskipun tidak puas, tetapi anggota Instansantara tetap menggunakan media sosial Instagram karena Instagram merupakan media wajib yang harus digunakan oleh anggota Instansantara untuk dapat mempertahankan status keanggotaan mereka di komunitas Instansantara.<sup>16</sup> Perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada subjek dan objek yang akan diteliti. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama menggunakan teori *Uses and Gratification* dan menggunakan indikator kepuasan yang sama.
5. Jurnal karya Dian Putri, Roro Retno Wulan, dan Ayub Ilfandy Imran **Kepuasan Mahasiswa Telkom University Dalam Penanganan Keluhan**

<sup>15</sup> Raditya Pratama Putra and Yuliani Rachma Putri, "Kepuasan Mahasiswa Telkom University Dalam Pemanfaatan Situs [smb.telkomuniversity.ac.id](http://smb.telkomuniversity.ac.id) Sebagai Media Informasi," *Jurnal Sositknologi*, 14 (April 2015): 77–87.

<sup>16</sup> Teguh Husada Putra, Noveina S. Dugis, and Maria Yuliasuti, "Kepuasan Anggota Instansantara Surabaya Pada Penggunaan Media Sosial Instagram," *Komunikasif Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 4, no. 1 (July 2015): 64–82.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Berbasis Media Sosial Facebook.** Penelitian ini bertujuan mencari tahu tingkat kepuasan mahasiswa dalam penanganan keluhan dan indikator yang memenuhi kepuasan dan masih belum memenuhi kepuasan mahasiswa. Dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan analisis data melalui perhitungan mean, ANOVA, dan t-test independent, hasil penelitian menunjukkan dari lima indikator penilaian kepuasan, indikator kesesuaian informasi dan teknologi telah terpenuhi (rata-rata nilai  $>3$ ), sedangkan indikator respons, empati dan kenyamanan masih belum terpenuhi (rata-rata nilai  $<3$ ). Secara keseluruhan, skor rata-rata kepuasan mahasiswa adalah 2,95 yang berarti harapan mahasiswa masih belum terpenuhi. Hasil penelitian menunjukkan tiga prodi dan fakultas yang memiliki nilai puas ( $>3$ ) dan empat prodi dan fakultas memiliki nilai tidak puas ( $<3$ ). Berdasarkan jenis kelamin, mahasiswa memiliki kepuasan lebih dengan nilai 3,00 dibandingkan dengan mahasiswi dengan nilai rata-rata 2,92.<sup>17</sup> Perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada subjek dan objek yang akan diteliti dan juga menggunakan indikator yang berbeda serta teknik analisis data yang berbeda. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama menggunakan metode deskriptif kuantitatif.

6. Jurnal karya Sri Rezky Emarwani **Pengaruh Motif Pengguna Media Sosial *Twitter* @GORIAU.COM Terhadap Kepuasan *Followers* Dalam Mendapatkan Informasi di Kota Pekanbaru.** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh media *Online* menggunakan motif *Twitter* terhadap kepuasan yang dirasakan *followers* pada akun @GoRiauCom dalam memperoleh informasi mengenai kota Pekanbaru. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner rinci. Jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan metode Simple Random Sampling. Untuk mengetahui pengaruh kedua variabel tersebut, peneliti

<sup>17</sup> Dian Putri, Roro Retno Wulan, and Ayub Ilfandy Imran, "Kepuasan Mahasiswa Telkom University Dalam Penanganan Keluhan Berbasis Media Sosial Facebook" 15, no. 1 (April 2016): 41–49.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan analisis regresi linier sederhana. Untuk pengolahan datanya dilakukan dengan menggunakan kuesioner, program statistik Product And Service Solution (SPSS) Windows versi 18. Hasil penelitian tentang pengaruh motif pengguna media sosial *Twitter* @goriau. com terhadap kepuasan *followers* dalam mendapatkan informasi di kota pekanbaru nilai koefisien regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah  $Y = 13,171 + 0,489 X$  dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari  $= 0,05$ . Artinya ada pengaruh motif pengguna media sosial *Twitter* @goriau. com terhadap kepuasan *followers* dalam mendapatkan informasi di kota pekanbaru 46,50% dan masuk dalam kategori sedang berpengaruh.<sup>18</sup> Perbedaan dengan penelitian ini adalah pada teknik analisis datanya, dan pada tujuan penelitiannya. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama menggunakan pengolahan data yang sama yaitu menggunakan SPSS.

7. Jurnal karya Dhea Nursyafitri, Nofha Rina S.Sos, M.Si. **Motif Penggunaan Media Sosial Twitter (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Pengikut Akun Twitter @EXOind)**. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan motif followers Twitter @EXOind dalam menggunakan media Sosial Twitter. Penelitian ini menggunakan referensi kategori motif dari Papacharissi dan Rubin (2000). Penelitian ini menggunakan metode survey dengan analisis deskriptif dan pendekatan kuantitatif. Kuesioner disebarkan kepada 100 responden dengan menggunakan skala Likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif information seeking dan motif entertainment berada pada kategori sangat tinggi. Dan selanjutnya diikuti oleh urutan motif interpersonal utility dan motif passing time.<sup>19</sup> Perbedaan dengan penelitian ini adalah pada teori yang digunakan dan pada objek yang diteliti. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan variabel tunggal dan teknik analisis data deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

<sup>18</sup> Sri Rezky Emawarni, "Pengaruh Motif Pengguna Media Sosial Twitter @GORIAU.COM Terhadap Kepuasan Followers Dalam Mendapatkan Informasi Di Kota Pekanbaru," *Jom FISIP*, 4, no. 2 (2017): 1–12.

<sup>19</sup> Dhea Nursyafitri Liani and Nofha Rina, S.Sos, M.Si, "Motif Penggunaan Media Sosial Twitter ( Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Pengikut Akun Twitter @EXOInd)," *Jurnal Humaniora*, 20, no. 1 (March 1, 2020): 63–71.



## B. Landasan Teori

### 1. Kepuasan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kepuasan adalah puas; merasa senang; perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa.<sup>20</sup> Kepuasan sebagai akibat timbulnya perasaan seseorang setelah membandingkan antara hasil kinerja dengan keinginannya. Dalam kepuasan terhadap media, dapat dilihat dengan terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan khalayak sebagai pengguna dari media massa berdasarkan motif dan tujuan mereka menggunakan media tersebut. Dennis McQuail menyebutkan ada 4 kategori motif dari pengkonsumsian media, yaitu:<sup>21</sup>

#### a. Motif Informasi

Pengguna dapat dikatakan mempunyai motif informasi, apabila memiliki keinginan untuk mengetahui peristiwa serta kondisi yang ada kaitannya dengan lingkungan sekitar.

#### b. Motif Identitas Pribadi

Pengguna dapat dikatakan mempunyai motif identitas pribadi, apabila mereka ingin menemukan pendukung nilai-nilai yang berkaitan dengan diri pribadi diri.

#### c. Motif Integritas dan Interaksi Sosial

Pengguna dapat dikatakan mempunyai motif integrasi dan interaksi sosial, apabila memiliki keinginan untuk mendapatkan pengetahuan tentang empati sosial.

#### d. Motif Hiburan

Pengguna dapat dikatakan mempunyai motif hiburan, apabila mereka ingin melepaskan diri dari masalah dan kepenatan.

<sup>20</sup> Ade Syarif Maulana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.TOI," *Jurnal Ekonomi*, 7, no. 2 (November 2016): 114.

<sup>21</sup> Dennis McQuail, "Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar" (Jakarta: PT. Erlangga, 2002).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari penjelasan diatas, dapat dikatakan bahwa kebutuhan para khalayak yang terpenuhi karena media itu didasari oleh motif-motif tertentu. Terpenuhinya motif-motif tersebut dapat memunculkan kepuasan atau tidak puas khalayak setelah kebutuhannya terpenuhi.<sup>22</sup> Dapat disimpulkan bahwa kategori kepuasan dalam penelitian ini diukur dengan kategori sebagai berikut.<sup>23</sup>

- a. Kepuasan informasi adalah kepuasan yang mengenai kebutuhan individu akan informasi dan eksplorasi sosial.
- b. Kepuasan identitas pribadi adalah kepuasan yang ada hubungannya dengan referensi diri, eksplorasi realitas, penguatan nilai, motif yang ditunjukkan untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak yang bersangkutan.
- c. Kepuasan integrasi dan interaksi sosial adalah kepuasan yang merujuk pada kelangsungan hubungan individu itu sendiri dengan orang lain, kegunaan dalam sosial.
- d. Kepuasan hiburan adalah kepuasan yang mencakup kebutuhan untuk melepaskan diri dari rutinitas, tekanan, masalah, sarana pelepasan emosi, dan kebutuhan akan hiburan.

## 2. Media Online CoppaMagz

Menurut definisi, media *online* disebut juga dengan *cybermedia* (media siber), *internet media* (media *internet*), dan *new media* (media baru) dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) *internet* (Romli.2018:34).<sup>24</sup>

Menurut Suryawati (2011: 46) media *online* merupakan media komunikasi yang penggunaannya memanfaatkan perangkat *internet*.<sup>25</sup> Sedangkan pendapat Vini Winarti Halim (2006: 27) mengenai media *online*

<sup>22</sup> Rachmat Kriyantono, "Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media" (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006), 217.

<sup>23</sup> Rachmat Kriyantono, "Teknik Praktis Komunikasi" (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2007), 213.

<sup>24</sup> Romli and Asep Syamsul, "Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online" (Bandung: Nuansa Cendikia, 2018), 34.

<sup>25</sup> Suryawati, Indah, "Jurnalistik: Suatu Pengantar Teori dan Praktek" (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011)



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yaitu: Website/situs yang difungsikan sebagai media komunikasi elektronik yang tidak terikat ruang dan waktu dengan tujuan untuk memberikan informasi aktual yang dapat diakses oleh publik secara *in real time*.<sup>26</sup>

Media *online* didefinisikan sebagai jaringan luas komputer, yang dengan perizinan, dapat saling berkoneksi antara satu dengan yang lainnya untuk menyebarluaskan dan membagikan digital files, serta memperpendek jarak antar Negara.<sup>27</sup>

Dari uraian-uraian mengenai penjelasan tentang media *online* diatas, maka dapat disimpulkan bahwa media *online* merupakan suatu perantara penyebaran informasi yang dikemas dengan secara sederhana yang dapat diakses dengan tidak terbatas ruang dan waktu, sehingga khalayak dapat mengaksesnya kapan saja dan dimana saja sejauh khalayak tersebut masih terhubung dengan *internet* untuk mrencek media *Online* tersebut.

Jenis-jenis media *online* yang dikenal saat ini:

a. Mesin Pencari (*Search Engine*)

Situs web yang menjadi pintu masuk segala macam jenis informasi yang diinginkan, contohnya seperti Google, Bing, dan Yahoo.

b. Portal *Website*

Menyediakan berbagai macam informasi, yaitu portal berita (*News Portal*) atau situs berita seperti CNN, BBC, Detik, Okezone, CoppaMagz (*K-Pop News*), dan lain-lain.

c. Media Sosial (*Social Media*)

Situs web yang menjadi forum *Online* untuk berinteraksi, berteman, berbagi informasi, ngobrol, atau bertegur sapa, seperti Blog, Facebook, *Twitter*, Youtube, Instagram, Path, dan lain-lain.

d. Aplikasi *Chatting*

Software atau program yang memungkinkan orang-orang mengobrol secara *online* tanpa batas geografis, seperti Skype, Yahoo Messenger,

<sup>26</sup> Vivi Winarti and Halim, "Media Online Www.Seskotni.Mil.Id Sebagai Media House Jurna" (Bandung: Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, 2006), 27.

<sup>27</sup> Dianingtyas Murtanti Putri, "Peran Media Online Dalam Pembangunan Provinsi Banten" 3, no. 1 (2013): 16.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

WhatsApp, Line, WeChat, dan lain-lain.

e. Surat Elektronik (*E-mail*)

Akun di sebuah situs web yang menyediakan sarana bertukar pesan atau informasi melalui *internet*, seperti Yahoo, GMail, dan lain-lain.

f. Perdagangan Elektronik (*E-Commerce*)

Situs jual beli *Online*, bisnis *Online* seperti Shopee, Lazada, TokoPedia, dan lain-lain.<sup>28</sup>

### 3. Media Sosial

*Social Media* atau yang disebut dengan situs jejring sosial merupakan suatu bagian dari produk media baru (*New Media*). *New media* berasal dari kata “*new*” yang artinya baru dan “*media*” yang artinya alat yang digunakan sebagai sumber untuk menyampaikan pesan kepada penerima (Mulyana, 2007:70).<sup>29</sup> *New Media* adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel optik broadband, satelit dan sistem gelombang mikro.<sup>30</sup> *New media* memiliki keunggulan yaitu sifatnya *realtime*, dimana khalayak dapat mengakses informasi dan layanan dengan cepat, kapan saja dan dimana saja selama penggunaannya tersebut terhubung dengan jaringan *internet*.

Menurut McQuail dalam Ardianto (2011:14) juga menyebutkan ciri-ciri utama yang menandai perbedaan antara media baru dengan media lama (konvensional) berdasarkan perspektif pengguna, yaitu:<sup>31</sup>

- a. *Interactivity*; Diindikasikan oleh rasio respon atau inisiatif dari pengguna terhadap tawaran dari sumber/pengirim (pesan).
- b. *Social presence (sociability)*; Dialami oleh pengguna, *sense of personal contact* dengan orang lain dapat diciptakan melalui penggunaan sebuah

<sup>28</sup> Algu Ready, “Penggunaan Media Online Sebagai Sumber Informasi Akademik Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau,” *JOM FISIP* 3, no. 1 (February 1, 2016).

<sup>29</sup> Dedy Mulyana, “*Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*” (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2007), 70.

<sup>30</sup> Flew, *Media Baru: Sebuah Permulaan*.

<sup>31</sup> Ardianto E, “*Komunikasi Massa Suatu Pengantar*” (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011), 14.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

medium. Media richness: media (baru) dapat menjembatani adanya perbedaan kerangka referensi, mengurangi ambiguitas, memberikan isyarat-isyarat, lebih peka dan lebih personal.

- c. *Autonomy*; seorang pengguna merasa dapat mengendalikan isi dan menggunakannya dan bersikap independen terhadap sumber.
- d. *Playfulness*; Digunakan untuk hiburan dan kenikmatan.
- e. *Privacy*; Diasosiasikan dengan penggunaan medium dan atau isi yang dipilih.
- f. *Personalization*; Tingkatan dimana isi dan penggunaan media bersifat personal dan unik.

Menurut Meikle dan Young (2012) media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be shared one-to-one*) dan merupakan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.<sup>32</sup>

Media sosial merupakan sebuah web berbasis pelayanan yang memungkinkan penggunanya membuat profil, melihat daftar pengguna lain yang tersedia dan dapat mengundang, dan menerima pesan untuk ikut bergabung dalam situs jejaring sosial tersebut.<sup>33</sup> Media sosial juga diartikan sebagai medium di *internet* yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya, maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi, dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan secara virtual.<sup>34</sup>

Menurut Nasrullah (2017) setidaknya ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni:<sup>35</sup>

- a. Media Jejaring Sosial (*Social Networking*)

Media ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk

<sup>32</sup> Meikle G and Young S, *Media Convergence: Networked Digital Media in Everyday Life* (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2012).

<sup>33</sup> Muthi' Ahmad, S.H, "*Fenomena Medsos (Studi Fenomena Dampak Negatif Media Sosial Terhadap Keharmonisan Rumah Tangga)*" (Kediri: GUEPEDIA, 2019), 20.

<sup>34</sup> Rulli Nasrullah, "Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi" (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 11.

<sup>35</sup> Rulli Nasrullah, "Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi" (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 39.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan saling bertemu di dunia nyata (*offline*) maupu membentuk jaringan pertemanan baru. Contohnya seperti Facebook, LinkedIn dan lain sebagainya.

#### b. Jurnal *Online* (Blog)

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktifitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi, baik tautan web lain, informasi dan sebagainya. Pada awalnya blog merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbarui setiap harinya. Contohnya seperti wordpress atau blogspot.

#### c. Jurnal *Online* sederhana atau *microblog* (*micro-blogging*)

Tidak berbeda dengan jurnal *Online* (blog), *microblogging* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan memublikasikan aktifitas serta atau pendapatnya. Contoh *microblogging* yang paling banyak digunakan adalah *Twitter*.

#### d. Media Berbagi (*Media Sharing*)

Situs berbagi media merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (file), video, audio, gambar, dan sebagainya. Contoh media ini adalah: Youtube, Flickr, Photo-bucket, atau snapfish.

#### e. Penanda Sosial (*Social Bookmarking*)

Penanda sosial merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara *Online*. Beberapa situs sosial bookmarking yang populer adalah delicious.com, stumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com, dan untuk di Indonesia ada LintasMe.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

f. Media Konten Bersama atau Wiki

Media sosial ini merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedi, wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata.

4. **Twitter**

*Twitter* adalah suatu situs *microblogging*. *Microblogging* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas serta pendapatnya. Situs *microblogging* inilah yang merujuk pada kemunculan *Twitter* ini.<sup>36</sup> Menurut situs resminya, *Twitter* didirikan di San Fransisco pada tanggal 19 April 2007, dengan memiliki misi untuk memberi kesempatan bagi setiap orang untuk dapat saling menciptakan dan berbagi ide-ide serta informasi secara langsung tanpa hambatan. *Twitter* dapat mengirim pesan mikro-blog yang dikenal sebagai “*tweets*”, yang terdiri tidak lebih 140 karakter.<sup>37</sup>

Menurut Zarella, media sosial *Twitter* memiliki beberapa elemen-elemen dasar yaitu:<sup>38</sup>

- a. **Tweet**; pada awalnya digunakan untuk menjawab “apa yang sedang kita lakukan” yang dibatasi 140 karakter. Berkaitan dengan hal-hal yang apa yang pengguna ingin posting. Itu disebut dengan tweet.
- b. **Timeline**; daftar tweet terbaru dari pengguna *Twitter* yang diikuti pemilik akun, termasuk tweet yang dibuat pemilik akun.
- c. **Ikuti (Follow)**; sebutan untuk mengikuti sebuah akun dan untuk dapat melihat informasi yang disampaikan oleh pengguna akun.
- d. **Pengikut (Followers)**; sebutan untuk para pengguna yang mengikuti sebuah akun.
- e. **Mention**; digunakan untuk menyebut *username* pihak yang akan diajak

<sup>36</sup> Rulli Nasrullah, “*Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sositoteknologi*” (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 43.

<sup>37</sup> Dominic L. Lasorsa, Seth C. Lewis, and Avery E. Holton, “*Normalizing Twitter: Journalism Practice in an Emerging Communication Space*,” *Journalism Studies* 13, no. 1 (February 2012): 19–36.

<sup>38</sup> Dan Zarella, *The Social Media Marketing Book* (USA: Oreilly Media, 2010).

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berkomunikasi. Penggunaan simbol ini berada di awal sebelum menuliskan *username* pihak yang dituju.

- f. **Retweet**; cara yang paling efektif yang digunakan untuk menyalin seluruh isi tweet dari akun lain. Jika pemilik akun membuat tweet tentang sesuatu dan para pengikut (*followers*) akan me-retweet kemudian akan dilihat oleh pengikut dari orang yang me-retweet tersebut.
- g. **Direct Message (DM)**; fasilitas berkiriman pesan antar pengguna secara lebih *private* atau pribadi.
- h. **Trending Topic**; *Twitter* memiliki fitur algoritme yang dapat melacak kata-kata yang paling sering digunakan dalam jangka waktu tertentu, menampilkan daftar topik yang sedang hangat dibicarakan.
- i. **Hashtag**; hastag atau tanda pagar (#) adalah tanda yang digunakan untuk menandai kata kunci topik diskusi atau informasi yang dibagikan agar mudah dicari.

*Twitter* berfungsi sebagai sistem yang menawarkan beragam cara untuk mengumpulkan, berkomunikasi, berbagi, dan menampilkan berita dan informasi, melayani beragam tujuan.<sup>39</sup> Di *Twitter* juga pengguna dapat mempromosikan pendapat/pandangan pengguna lain, sampai membahas isu terhangat (*trending topic*) pada saat itu juga dan menjadi bagian dari isu tersebut dengan turut berkicau (*tweet*) menggunakan tagar (*hashtag*) tertentu.<sup>40</sup>

Dalam urusan penyebaran informasi sebuah portal berita, *Twitter* dapat dijadikan sebagai tempat untuk mengumumkan kabar terbaru atau posting berita terbaru dari sebuah perusahaan berita bahkan bisa juga digunakan untuk berinteraksi dengan konsumen.<sup>41</sup> Seperti yang dilakukan oleh perusahaan portal *online* Korean Pop Indonesia yaitu *CoppaMagz*. *CoppaMagz* memiliki portal berita *online* dengan nama *coppamagz.com*.

<sup>39</sup> Alfred Hermida, “#Journalism: Reconfiguring journalism research about Twitter, one tweet at a time,” *Digital Journalism* 1, no. 3 (October 2013): 295–313, <https://doi.org/10.1080/21670811.2013.808456>.

<sup>40</sup> Nasrullah, “Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi,” 2015.

<sup>41</sup> Burhanuddin, “Pengaruh Media Sosial Twitter @lowkerPKU Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Bagi Followers,” *JOM FISIP* 2, no. 2 (Oktober 2015): 4.





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

CoppaMagz menyebarkan serta memberitahu kepada khalayak *follower* *Twitter* dari akun *official* mereka yaitu @coppamagz untuk memberitahu bahwa ada posting *K-Pop News* terbaru melalui menyebarkan link berita di *Twitter* atau di sosial media mereka yang lain yang mereka miliki.

## 5. Media Informasi

Media pada dasarnya adalah segala sesuatu yang merupakan saluran dalam penyampaian gagasan, isi jiwa atau kesadaran manusia. Dengan kata lain, media adalah alat untuk mewujudkan gagasan manusia yang akan disampaikan kepada orang lain.<sup>42</sup> Media bermanfaat sebagai sarana untuk menyebarkan dan menyediakan informasi. Menurut Mc Quail (2012: 106) mengemukakan bahwa fungsi informasi dari media mencakup tiga aspek, yakni *pertama*, menyediakan informasi mengenai peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia. Kedua, menunjukkan adanya hubungan kekuatan. Ketiga, memberikan sarana bagi inovasi, adaptasi, dan pertumbuhan. Fungsi tersebut secara umum disebut media sebagai sumber informasi kepada khalayak.<sup>43</sup>

Informasi yang tersebar di media sangatlah beragam, misalnya informasi tentang politik, ekonomi, sosial, budaya, lingkungan, musik, dan masih banyak lagi. Informasi pada media diharapkan seutuh mungkin dengan mengikuti pola 5W + 1H (*What, Where, Who, When, Why + How*) —apa, dimana, siapa pelakunya, kapan, latar belakang, dan bagaimana prosesnya.<sup>44</sup>

## 6. Teori *Uses and Gratification* (Penggunaan dan Kepuasan)

### a. Pengertian Teori *Uses and Gratification*

Teori pendukung yang berhubungan dengan penelitian dalam skripsi ini menggunakan teori *Uses and Gratification* (*penggunaan dan*

<sup>42</sup> Nengah Bawa Atmadja, “Sosiologi Media: Perspektif Teori Kritis” (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2018), 46.

<sup>43</sup> Dennis McQuail, “Teori Komunikasi Massa McQuail” (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), 106.

<sup>44</sup> Nengah Bawa Atmadja and Luh Putu Sri Ariyani, “Sosiologi Media Perspektif Teori Kritis” (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2018), 58.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*kepuasan*). Secara umum teori ini diperkenalkan oleh Ellihu Katz dan Herbert Blumer pada tahun 1974 melalui bukunya *The Uses of Mass Communication; Current Perspective On Gratification Research*.<sup>45</sup> Teori ini mengatakan bahwa teori tidak tertarik terhadap apa yang dilakukan media pada diri seseorang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan seseorang terhadap media.<sup>46</sup> Teori ini meneliti asal mula kebutuhan khalayak secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lainnya (atau keterlibatan pada kegiatan lain) dan menimbulkan adanya pemenuhan kebutuhan.<sup>47</sup>

Dalam teori ini, fokusnya kemudian bukan lagi mengenai apa yang media lakukan kepada audiens, namun justru pada harapan atau pencarian apa yang mendasari audiens mengakses media, dan sejauh mana audiens dapat terpenuhi harapan dan pencariannya tersebut. Pada konteks ini audiens dianggap sebagai agensi aktif yang sudah memiliki literasi media dengan baik, dan paham akan harapan dan kepuasan yang diharapkan.<sup>48</sup>

Griffin (2018) mendefinisikan bahwa tipologi (kelompok klasifikasi) yang menjelaskan hubungan audiens dengan media berdasarkan teori *Uses and Gratification*:<sup>49</sup>

- 1) *Passing Time*, sebagai usaha untuk mengisi waktu senggang.
- 2) *Companionship*, untuk mendapatkan partner atau teman baru.
- 3) *Escape*, untuk mempunyai waktu sendiri dan melarikan diri dari tekanan sebuah masalah.
- 4) *Enjoyment*, untuk mendapatkan sesuatu yang menyenangkan.

<sup>45</sup> M. Ridwan Yunus, Irwan. Konstruksi Media Online Berbasis Web Pada Mahasiswa IISIP Yapis Biak (Studi Belanja Online Berbasis Web Melalui Facebook), "*Gema Kampus*" *ISIIIP YAPIS BIAK* 15, no.2 (2020).

<sup>46</sup> Elvinaro Ardianto, Lukita Komala, and Siti Karlinah, "Komunikasi Massa Suatu Pengantar" (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 73.

<sup>47</sup> Elvinaro Ardianto, Lukita Komala, and Siti Karlinah, "Komunikasi Massa Suatu Pengantar" (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 74.

<sup>48</sup> Pupung Arifin, "*Persaingan Tujuh Portal Berita Online Indonesia berdasarkan Analisis Uses and Gratifications*," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, no. 2 (December 6, 2013).

<sup>49</sup> Em Griffin, *A First Look at Communication Theory*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 5) *Social Interaction*, untuk menciptakan sosialisasi dengan orang lain.
- 6) *Relaxation*, sebagai tempat untuk membuat diri menjadi lebih santai.
- 7) *Information*, untuk mendapatkan informasi atau membuat audiens tetap *up-to-date* (mengikuti perkembangan).
- 8) *Excitement*, untuk mendapatkan sensasi lain yang bersifat kegembiraan yang intens.

b. Asumsi-asumsi Teori *Uses and Gratification*

Asumsi dasar pendekatan teori ini adalah bahwa pengguna media bersifat aktif. Mereka menggunakan media karena memiliki tujuan tertentu dan memuaskan kebutuhan tertentu. Karena memiliki sumber-sumber lain untuk memenuhinya, mereka berinisiatif mengaitkan kebutuhan dan pilihan media. Konsumsi media dapat memenuhi berbagai kebutuhan meskipun isi media tidak dapat digunakan untuk memprediksi pola gratifikasi secara tepat. Keaktifan khalayak ditandai dengan pilihan-pilihan yang dibuat khalayak yang dilatarbelakangi oleh alasan-alasan yang berbeda. Alasan-alasan yang dimaksud misalnya alasan untuk keluar dari masalah atau aktivitas rutin (*escape*), mencari informasi (*information seeking*), mencari hiburan (*entertainment*), membangun hubungan sosial (*social relationship*), dan membangun identitas pribadi (*personal identity*).<sup>50</sup>

Menurut Ellihu Katz, Jay G. Blumler & Michael Gurevitch (1974) dalam Morissan (2013:509), terdapat 5 asumsi dasar yang menjadi inti gagasan pada teori *Uses and Gratifications*, yaitu:<sup>51</sup>

- 1) Audiens berperan aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media.
- 2) Inisiatif untuk penggunaan media ditentukan oleh khalayak/audiens. Khalayak memiliki sifat aktif untuk menentukan ingin

<sup>50</sup> Karman Karman, "Riset Penggunaan Media dan Perkembangannya Kini," *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 17, no. 1 (January 8, 2014): 93, <https://doi.org/10.31445/jskm.2013.170106>.

<sup>51</sup> Katz et al., *Utilization of Mass Communication by the Individual*, "The Uses of Mass Communication: Current Perspective on Gratification Research" (Beverly Hills-London: Sage Publication, 1974).

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengkonsusmsi media yang mana yang paling bisa memuaskan dan memenuhi kebutuhan mereka.

- 3) Media bersaing dengan sumber-sumber lain dalam memenuhi kebutuhan khalayak. Dengan adanya persaingan antar media massa tersebut maka khalayak bisa memiliki banyak pilihan. Pilihan personal dan perbedaan individu merupakan pengaruh yang kuat untuk mengurangi efek media. Individu yang tidak memiliki inisiatif diri yang cukup kuat maka akan mudah dipengaruhi media.
- 4) Khalayak memiliki cukup kesadaran terhadap penggunaan media, ketertarikan, dan motif. Kesadaran diri yang cukup akan adanya ketertarikan dan motif muncul dalam diri yang akan dilanjutkan dengan aktifitas penggunaan media oleh khalayak. Khalayak melakukan pilihan secara sadar terhadap media tertentu yang akan digunakan.
- 5) Penilaian pada isi media ditentukan oleh khalayak. Isi media dalam teori ini hanya dapat dinilai oleh khalayak itu sendiri.

Dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya, khalayak mempunyai berbagai macam dorongan dan sebab-sebab tertentu yang dikategorikan kedalam beberapa motif. Macam-macam motif kebutuhan sangat lah banyak dan tak terbatas, namun Blumer telah memberikan suatu bentuk operasional yang dapat disebut praktis mengenai orientasi dalam menggunakan media massa, yaitu:

- 1) Orientasi Kognitif, merupakan suatu kebutuhan akan informasi, kebutuhan akan eksplorasi realitas. Khalayak mencari informasi mengenai segi kemasyarakatan dan dunia sekitarnya.
- 2) Orientasi Diversi, yaitu kebutuhan untuk pelepasan dari tekanan dan kebutuhan untuk hiburan. Khalayak dalam menggunakan media adalah untuk mencari hiburan atau terlepas dari beban.
- 3) Orientasi Identitas Personal, yaitu menggunakan isi media massa untuk memperkuat sesuatu penting dalam kehidupan atau situasi khalayak tertentu.

Sementara itu, Dennis McQuail juga membagi motif pengkonsumsian media oleh individu kedalam 4 kelompok. Adapun kategori motif yang dimaksud yaitu:<sup>52</sup>

- 1) Motif Informasi
  - a) Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang ada kaitannya dengan lingkungan terdekat
  - b) Mencari bimbingan berbagai masalah yang praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan
  - c) Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum
  - d) Memperoleh rasa damai melalui bertambahnya pengetahuan
- 2) Motif Identitas Pribadi
  - a) Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi
  - b) Menemukan model perilaku
  - c) Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media
  - d) Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri
- 3) Motif Integrasi dan Interaksi Sosial
  - a) Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain
  - b) Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki
  - c) Menemukan bahan yang pembahasan dalam percakapan dan interaksi sosial
  - d) Membantu menjalankan peran sosial
- 4) Motif Hiburan
  - a) Melepaskan diri dari permasalahan
  - b) Bersantai
  - c) Mengisi waktu luang
  - d) Penyaluran emosi

<sup>52</sup> Denis McQuail, "Teori Komunikasi Massa" (Jakarta: Erlangga, 1987), 72.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Teori *Uses and Gratification* di Era Media Baru (*Internet*)

Teori *Uses and Gratification* merupakan salah satu teori komunikasi yang populer dan paling banyak digunakan peneliti untuk memecahkan kasus penelitian yang terkait dengan komunikasi massa. Pada era perkembangan teknologi seperti sekarang ini, *Internet* sebagai media baru juga dianggap sebagai bagian dari media massa. Khususnya dilihat dari sudut pandang konvergensi yang mulai marak akhir-akhir ini. Banyak sekali media massa elektronik dan cetak yang mulai merambah kedalam *Internet*, seperti e-paper, streaming, dan lain sebagainya. Hal tersebut memudahkan khalayak untuk menerima informasi kapan saja dan dimana saja yang tak terbatas ruang dan waktu selama penggunaan tersebut tersambung dengan *Internet*. Dalam hal ini berarti sesuai dengan karakteristik media massa. McQuail juga menyatakan bahwa *Internet* merupakan jenis media baru yang menggabungkan radio, film dan televisi dengan teknologi sebagai penyebarannya.<sup>53</sup>

Oleh karena hal tersebut banyak peneliti pada zaman sekarang yang mempergunakan teori *Uses and Gratification* dalam memecahkan penelitiannya yang terkait dengan media baru (*Internet*). Banyaknya penelitian dalam bidang teknologi media baru (*Internet*) dengan menggunakan teori *Uses and Gratification* juga membuktikan bahwa media baru (*Internet*) juga dianggap sebagai media massa karena *Uses and Gratification* itu sendiri merupakan teori yang digunakan untuk memecahkan masalah dalam komunikasi massa. Pada dasarnya teori *Uses and Gratification* selalu membawa pendekatan yang mutakhir pada tahap awal setiap media komunikasi massa baru (Baran & Davis, 2009:237).<sup>54</sup> Ruggiero (Baran & Davis, 2009: 237-238) merumuskan tiga karakteristik dari komunikasi berbasis komputer

<sup>53</sup> Dr. Humaizi, M.A, "Uses and Gratifications Theory" (Medan: USU Press, 2018), 51–52.

<sup>54</sup> Baran S. J and Davis D. K, *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future* (5th Ed.) (Boston: MA: Wadsworth Cengage Learning, 2009).



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(*Internet*) yang harus diteliti oleh peneliti berbasis *Uses and Gratification*, yaitu:<sup>55</sup>

- 1) *Interactivity*, bermakna suatu kondisi dimana individu dalam proses komunikasi memiliki control dan dapat merubah peran dalam proses tersebut (komunikator-komunikan).
- 2) *Demassification*, adalah peluang dari individu pengguna media untuk memilih dari menu yang sangat luas atau bervariasi, tidak seperti media tradisional lainnya. *Internet* dalam hal ini mengizinkan para penggunanya untuk menyesuaikan pesan sesuai dengan kebutuhan mereka.
- 3) *Asynchronicity*, bermakna bahwa pesan yang dibawa oleh media *Internet* dapat menghubungkan komunikator dan komunikan pada waktu yang berbeda, namun mereka masih tetap berinteraksi secara nyaman. Seorang individu dapat mengirim, menerima dan menyimpan pesan sesuai dengan kehendaknya. Pada media televisi, *Asynchronicity* bermakna individu dapat menyimpan sebuah tayangan televisi untuk kemudian ditonton pada waktu yang lain.

Dalam kasus perkembangan dari media tradisional ke media baru *Uses and Gratification* sangat penting posisinya untuk memetakan kecenderungan media baru yang menjadi suplemen atau bahkan menggantikan posisi media tradisional di dalam masyarakat (Baran & Davis, 2009:238).

Inti dari teori ini adalah bahwa khalayak secara aktif mencari media tertentu dan isi tertentu untuk menghasilkan kepuasan (hasil) tertentu. Bahwa individu atau khalayak menggunakan media dan isi media massa untuk memenuhi keperluan-keperluan tertentu yang dapat memberikan

<sup>55</sup> Baran and Davis, "Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future (5th Ed.)" (Boston: MA: Wadsworth Cengage Learning, 2009), 237–38.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepuasan bagi mereka.<sup>56</sup> Pada teori ini juga menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa, yang mana artinya manusia itu mempunyai otonomi, wewenang untuk bagaimana memperlakukan media. Blumer dan Katz (1974) mempercayai bahwa untuk menggunakan media, khalayak tidak hanya memiliki satu jalan saja.<sup>57</sup> Konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (melalui media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media tersebut akan berdampak pada dirinya (Nurudin, 2007, p.192).<sup>58</sup>

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori *Uses and Gratification* karena ingin mengetahui tingkat kepuasan khalayak (*followers Twitter @CoppaMagz*) terhadap media *Online CoppaMagz* sebagai media untuk memenuhi kebutuhan berita harian *K-Pop* melalui apa yang disajikan dalam media *Online* tersebut dengan berdasarkan kepada empat motif yang disebutkan oleh Dennis McQuail diatas. Khalayak menggunakan *platform* media baru ini sebagai usaha untuk mencari sumber yang paling memuaskan dalam pemenuhan kebutuhannya. Dimana itu berarti teori *Uses and Gratification* ini mengasumsikan bahwa khalayak memiliki pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.

### C. Koseptualisasi dan Operasional Variabel

#### 1. Definisi Konseptual

Konsep adalah definisi yang digunakan oleh para peneliti untuk menggambarkan secara abstrak suatu fenomena sosial atau fenomena alami.<sup>59</sup> Dalam pengetahuan ilmiah konsep harus memiliki kriteria yang tepat dalam menjelaskan variabel penelitian. Agar konsep tersebut dapat diteliti secara empiris, maka konsep harus dioperasionalkan dengan megubahnya

<sup>56</sup> M. Ridwan Yunus, Irwan. Konstruksi Media Online Berbasis Web Pada Mahasiswa IISIP Yapis Biak (Studi Belanja Online Berbasis Web Melalui Facebook), "*Gema Kampus*" *ISIP YAPIS BIAK* 15, no.2 (2020).

<sup>57</sup> *Utilization of Mass Communication by the Individual, "The Uses of Mass Communication: Curent Perspective on Gratification Research.*

<sup>58</sup> Nurudin, "Pengantar Komunikasi Massa" (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 192.

<sup>59</sup> Sandu M.Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menjadi variabel. Dalam penelitian menggunakan variabel tunggal. Menurut Nawawi (2006: 45), variabel tunggal merupakan variabel yang hanya mengungkapkan satu variabel untuk dideskripsikan unsur-unsur atau faktor-faktor didalam setiap gejala yang termasuk variabel tersebut.<sup>60</sup> yaitu variabel **“Tingkat Kepuasan *Followers Twitter @CoppaMagz Terhadap Media Online CoppaMagz Sebagai Media Informasi Daily K-Pop News*”**.

#### 2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel itu diukur. Dengan membaca definisi operasional dalam penelitian, peneliti akan mengetahui pengukuran variabel yang akan diteliti, sehingga peneliti dapat mengetahui baik atau buruknya pengukuran tersebut. Menurut Sugiyono (2015), variabel bisa diartikan sebagai suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>61</sup> Maka dari itu variabel yang akan diukur dikembangkan sebagai sub-variabel, kemudian sub-variabel dikembangkan menjadi elemen yang dapat diukur. Elemen-elemen yang dapat diukur ini kemudian dijadikan sebagai panduan untuk menyusun item instrument yang bisa berbentuk pertanyaan atau pernyataan yang kemudian dijawab oleh responden.

Didalam penelitian ini peneliti menggunakan variabel tunggal, variabelnya yaitu tingkat kepuasan *followers Twitter @CoppaMagz* terhadap media *Online CoppaMagz* sebagai media informasi *daily K-Pop news*. Berikut ini adalah indikator kepuasan *followers Twitter @CoppaMagz* terhadap media *Online CoppaMagz* berdasarkan empat motif kebutuhan oleh Mc Quail, sehingga kepuasan yang diperoleh dalam penelitian ini dikategorikan sebagai berikut:<sup>62</sup>

<sup>60</sup> Nawawi, “Metode Penelitian Bidang Sosial” (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2006), 45.

<sup>61</sup> Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D” (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2015), 38.

<sup>62</sup> Rakhmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006).



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Kepuasan Informasi, pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan informasi apabila mereka:
  - a) Dapat mengetahui berbagai macam peristiwa dan kondisi yang ada hubungannya dengan lingkungan masyarakat terdekat.
  - b) Dapat mengetahui berbagai macam informasi mengenai peristiwa kondisi yang ada berkaitan dengan keadaan dunia
  - c) Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah
2. Kepuasan Identitas Pribadi, pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan Identitas Pribadi apabila:
  - a) Dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi diri sendiri
  - b) Dapat mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai yang ada didalam media
  - c) Memperoleh nilai-nilai lebih dalam diri sebagai berbagai macam jenis
3. Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial, pengguna dikatakan mendapatkan berupa kepuasan Integrasi dan Identitas Pribadi apabila:
  - a) Mendapatkan pengetahuan yang berhubungan dengan empati sosial
  - b) Dapat menemukan bahan percakapan dan berinteraksi sosial dengan orang lain disekitarnya.
  - c) Dapat menjalankan peran sosial
4. Kepuasan Hiburan, pengguna dikatakan mendapat kepuasan Hiburan apabila:
  - a) Dapat mengisi waktu luang & bersantai
  - b) Dapat melepaskan diri dari rasa bosan
  - c) Mendapat kesenangan dan hiburan

Selanjutnya, operasional penelitian “Tingkat Kepuasan *Followers* *Twitter* @CoppaMagz Terhadap Media *Online* CoppaMagz Sebagai Media Informasi Daily *K-Pop News*” adalah sebagai berikut:



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 1. Kepuasan Informasi

Kepuasan informasi merupakan kepuasan yang berkaitan dengan kebutuhan individu akan informasi dan eksplorasi sosial. Dalam penelitian ini kepuasan informasi yang diperoleh meliputi:

- a) Memperoleh berita informasi *K-Pop* yang *update* setiap harinya dari media *online* CoppMagz.
- b) Mengetahui perkembangan berita skandal idol *K-Pop* sehingga ingin lebih mengikuti beita selanjutnya.
- c) Memperoleh berita informasi *K-Pop* yang fakta dan bukan *hoax*.
- d) Memperoleh informasi jadwal kegiatan idol *K-Pop*.
- e) Memperoleh informasi *K-Pop* dari media *online* CoppMagz dengan akses yang mudah dan tampilan yang menarik.
- f) Dapat menambah wawasan pengetahuan tentang *K-Pop* dari media *online* CoppMagz

## 2. Kepuasan Identitas Pribadi

Kepuasan identitas pribadi yaitu kepuasan yang ada kaitannya dengan referensi diri, eksplorasi realita, penguatan nilai, motif yang ditunjukkan untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak yang bersangkutan. Dalam penelitian ini kepuasan indentitas pribadi yang diperoleh meliputi:

- a) Dapat menemukan peristiwa-pristiwa yang bisa dijadikan sebagai masukan bagi diri sendiri
- b) Dapat memuaskan rasa penasaran dalam diri mengani berita *K-Pop* yang sedang hangat dibicarakan
- c) Dapat lebih meningkatkan kepercayaan diri sebagai penggemar *K-Pop*
- d) Dapat lebih mudah beradaptasi dengan lingkungan se-*Fandom*.

## 3. Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial

Kepuasan integrasi dan interaksi sosial, merupakan kepuasan yang meliputi integrasi dan interkasi sosial, mengarah kepada

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kelangsungan hubungan individu tersebut dengan orang lain, kegunaan sosial. Dalam penelitian ini kepuasan interaksi sosial yang diperoleh meliputi:

- a) Membaca berita dari media *online* CoppaMagz membantu memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain
  - b) Memperoleh bahan percakapan dengan sesama penggemar K-Pop lain dari informasi *K-Pop* media CoppaMagz
  - c) Merasa puas mampu berbagi informasi *K-Pop* dengan orang lain
  - d) Merasa puas bisa dekat dengan penggemar K-Pop yang lain karena memfollow media CoppaMagz
4. Kepuasan Hiburan

Kepuasan hiburan, yaitu kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan melepaskan diri dari rutinitas, tekanan, masalah, sarana pelepasan emosi, dan kebutuhan akan hiburan. Dalam penelitian ini kepuasan hiburan yang diperoleh meliputi:

- a) Membaca berita dari media *online* CoppaMagz sebagai sarana mengurangi stress dari masalah kehidupan sehari-hari
- b) Media CoppaMagz menjadi wadah untuk mengisi kekosongan waktu luang
- c) Media CoppaMagz menjadi wadah untuk kesenangan dan hiburan para penggemar *K-Pop* dengan mengakses konten-kontennya.

**Tabel 2. 1 Konsep Operasional**

Variabel	Indikator	Instrument	Skala Pengukuran
<p><b>Tingkat Kepuasan Followers Twitter @CoppaMagz Terhadap Media Online CoppaMagz Sebagai Media Informasi Daily</b></p>	Kepuasan Informasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperoleh berita <i>K-POP</i> yang <i>Up To Date</i> setiap hari dari media CoppaMagz</li> <li>2. Berita informasi perkembangan skandal idol <i>K-POP</i></li> <li>3. Memperoleh informasi K-Pop yang berupa fakta dan bukan Hoax</li> <li>4. Memperoleh Informasi jadwal kegiatan idol <i>K-POP</i></li> <li>5. Berita informasi dapat dengan mudah diakses dan tampilan menarik</li> <li>6. Memperoleh wawasan baru tentang <i>K-POP</i></li> </ol>	Likert
	Kepuasan Identitas Pribadi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperoleh masukan bagi diri sendiri melalui peristiwa dari berita media <i>Online</i> CoppaMagz</li> <li>2. Memuaskan rasa penasaran dalam diri akan suatu informasi</li> <li>3. Meningkatkan kepercayaan diri sebagai penggemar <i>K-POP</i></li> <li>4. Merasa puas mudah beradaptasi dengan lingkungan <i>Fandom K-POP</i></li> </ol>	
	Kepuasan Interaksi Sosial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dapat memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain</li> <li>2. Kepuasan memperoleh bahan percakapan</li> <li>3. Berbagi informasi antar sesama fans <i>K-Pop</i></li> <li>4. Dapat lebih dekat dengan penggemar <i>K-POP</i> yang lain</li> </ol>	
	Kepuasan Hiburan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengurangi rasa stress dari masalah kehidupan sehari-hari</li> <li>2. Mengisi kekosongan waktu luang</li> <li>3. Memperoleh hiburan dan kesenangan</li> </ol>	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

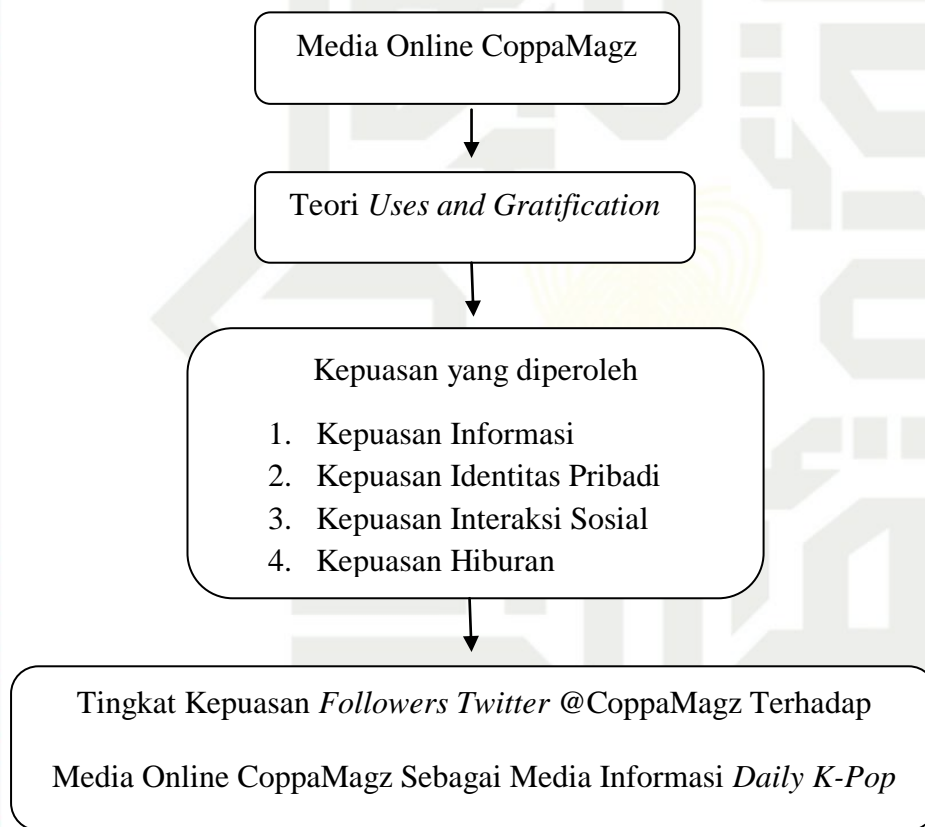
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan model konseptual mengenai bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.<sup>63</sup> Adapun kerangka pikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Pikir Tingkat Kepuasan**  
*Followers Twitter @CoppaMagz Terhadap media Online CoppaMagz*  
**Sebagai Media Informasi Daily K-Pop News**



Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan kerangka pikir yang telah dibuat diatas, menggambarkan penelitian dimana sebuah media yang bernama CoppaMagz yang akan dilihat tingkat kepuasan khalayaknya yaitu penggemar *K-Pop* yang mengikuti akun

<sup>63</sup> Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)” (Bandung: Alfabeta, 2013), 60.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



*Twitter* CoppaMagz dengan menggunakan teori *Uses and Gratification* guna untuk memaparkan jawaban yang ada dirumusan masalah yang dapat mencapai tujuan penelitian yaitu seberapa tinggi Kepuasan *Followers Twitter* @CoppaMagz Terhadap Media *Online* CoppaMagz Sebagai Media Informasi *Daily K-Pop News*.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menurut Rakhmat (2009: 24), yaitu penelitian yang hanya memaparkan situasi atau suatu peristiwa, tidak mencari atau menjelaskan hubungan dan tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.<sup>64</sup> Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada paradigma positivisme dan datanya berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik.<sup>65</sup> Peneliti melakukan pendeskripsian secara kuantitatif (angka-angka) kecenderungan-kecenderungan, perilaku-perilaku, atau opini-opini dari suatu populasi dengan meneliti sampel populasi tersebut.<sup>66</sup> Pada penelitian ini, peneliti mencoba untuk menganalisis serta mendeskripsikan tentang tingkat kepuasan followers Twitter @CoppaMagz terhadap media *Online* CoppaMagz sebagai media informasi daily K-pop news.

Dalam penelitian ini, metode riset yang digunakan adalah metode survei. Metode survei adalah metode penelitian kuantitatif yang berguna untuk mendapatkan data terjadi pada masa lalu atau saat ini yang berisi tentang keyakinan, karakteristik, pendapat, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari suatu populasi tertentu, menggunakan teknik pengumpulan data (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung digeneralisasikan.<sup>67</sup>

<sup>64</sup> Rakhmat J, "Metode Penelitian Komunikasi" (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2009), 24.

<sup>65</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D" (Bandung: Alfabeta, 2014), 7.

<sup>66</sup> Creswell J and W, "Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed" (Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar, 2010), 216.

<sup>67</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: PT Alfabeta, 2016).



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui jaringan *internet* di media sosial *Twitter* tepatnya kepada para *gollowers* akun *Twitter* @CoppaMagz sebagai subjek penelitiannya.

### 2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan November hingga bulan Desember 2021.

## C. Subjek dan Objek Penelitian

### 1. Subjek Penelitian

Yang menjadi subjek didalam penelitian ini adalah *followers* dari akun *Twitter* @CoppaMagz. Untuk memudahkan peneliti melakukan penelitian pada *followers* akun *Twitter* @CoppaMagz yang akan selalu bertambah jumlah pengikutnya, maka dari itu peneliti membatasi subjek penelitiannya menjadi *followers* akun *Twitter* @CoppaMagz yang terhitung per tanggal 21 April 2021 yang berjumlah 43.500 *followers*.

### 2. Objek Penelitian

Adapun objek penelitian dalam penelitian ini adalah media *Online* Coppamagz yang menjadi media informasi *daily K-Pop News*.

## D. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian dan keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.<sup>68</sup> Definisi lain menyebutkan, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualoitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dn kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>69</sup>

<sup>68</sup> Nanang Martono, “*Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder)*” (Jakarta: Raja Grafindo, 2011), 74.

<sup>69</sup> Dr.Sandu Siyoto, SKM., M.Kes and M. Ali Sodik, M.A, “*Dasar Metodologi Penelitian*” (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 55.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah kelompok dari *followers* akun media sosial *Twitter @CoppaMagz* yang sudah memiliki 43.500 *followers* (per 4 April 2021).

## 2. Sampel

Menurut Sudjana & Ibrahim dalam Sandu Siyoto (2015) mengatakan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi terjangkau yang memiliki sifat yang sama dengan populasi. Atau sampel dapat disebut juga dengan bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu yang dapat mewakili populasinya.<sup>70</sup>

Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan anggota sampel dari populasi secara acak (*random sampling*). Penentuan jumlah sampel berdasarkan rumus Taro Yamane, dan peneliti menggunakan taraf kesalahan yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael yaitu 1%, 5%, dan 10%. Dikarenakan jumlah populasi yang akan diteliti cukup banyak, maka peneliti menggunakan taraf kesalahan 10%. Pendekatan rumus pengambilan sampel berdasarkan rumus Yamane yaitu sebagai berikut:

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel

tingkat kesalahan yaitu 10%

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

<sup>70</sup> Dr.Sandu Siyoto, SKM., M.Kes and M. Ali Sodik, M.A, “*Dasar Metodologi Penelitian*” (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 56.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Diketahui:

$$N= 43.500$$

$$e = 10\% = 0,10$$

Jawab:

$$n = 43.500 / (1 + (43.500 \times 0,10^2))$$

$$n = 43.500 / (1 + (43.500 \times 0,01))$$

$$n = 43.500 / (1 + 435)$$

$$n = 43.500 / 436$$

$$n = 99,77$$

= dibulatkan menjadi 100

Dari perhitungan diatas didapatkan hasil jumlah sampel yaitu 99,77 orang yang kemudian dibulatkan menjadi 100 orang. Oleh karena itu, peneliti mengambil sampel dar *followers Twitter @CoppaMagz* sebanyak 100 responden.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh sebuah data yang diperlukan oleh peneliti pada penelitian ini, maka penulis menggunakan beberapa pengumpulan data sebagai berikut:

#### 1. Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>71</sup> Peneliti memperoleh data primer dengan cara menyebarkan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.<sup>72</sup> Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

<sup>71</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D" (Bandung: Alfabeta, 2013), 62.

<sup>72</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D" (Bandung: Penertbit Alfabeta, 2015), 142.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan dilakukannya survey angket. Survey angket tersebut dilakukan dengan mengajukan angket *Online* menggunakan *Google Form*. Kuisioner *Online* merupakan kuisioner yang diberikan melalui *internet* untuk mengumpulkan data tentang perilaku, pengalaman, sikap, dan nilai<sup>73</sup>. Dalam penelitian ini, angket disebar melalui *Online* kepada *Followers* akun *Twitter* @CoppaMagz yang mengakses media *Online* CoppaMagz sebagai responden penelitian.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2013), menyatakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>74</sup> Responden akan diminta untuk mengisi pertanyaan yang telah diberikan peneliti dari respon berupa sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Dalam skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan sebagai indikator-indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai pedoman untuk menyusun item-item instrument yang bisa berupa pernyataan atau pertanyaan.<sup>75</sup> Adapun skor dari tiap item adalah sebagai berikut:

- |                              |                 |
|------------------------------|-----------------|
| 1) Sangat setuju (SS)        | : diberi skor 5 |
| 2) Cukup Setuju (CS)         | : diberi skor 4 |
| 3) Setuju (S)                | : diberi skor 3 |
| 4) Tidak Setuju (TS)         | : diberi skor 2 |
| 5) Sangat Tidak Setuju (STS) | : diberi skor 1 |

## 2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain

<sup>73</sup> Catherine Dawson, *A-Z of Digital Research Methods*, 1st ed. (Abingdon, Oxon ; New York, NY : Routledge, 2019.: Routledge, 2019), <https://doi.org/10.4324/9781351044677>.

<sup>74</sup> Sugiyono, "Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D" (Bandung: Alfabeta, 2013), 107.

<sup>75</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2015).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

atau lewat dokumen.<sup>76</sup> Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan oleh peneliti berupa dokumentasi. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan memanfaatkan arsip, catatan, gambar, film, foto, dan informasi yang disimpan atau didokumentasikan lainnya. Dimana dalam dokumen tersebut merupakan catatan penting yang ada hubungannya dengan masalah, yang memungkinkan untuk pemerolehan data secara lengkap, sah, dan bukan perkiraan saja.<sup>77</sup> Pada penelitian ini peneliti menggunakan buku dan dokumen lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

## F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, menyusun ke dalam pola, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri ataupun orang lain.<sup>78</sup> Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif dengan persentase. Data yang didapatkan dari kuisioner kemudian dikumpulkan, dilah dan dianalisis secara deskriptif, yaitu berdasarkan skala *Likert* dimana dilakukan perhitungan skor tertinggi dibagi dengan skor maksimal dari masing-masing indikator. Selanjutnya untuk menganalisa pengukuran tingkat kepuasan *Followers Twitter @CoppaMagz* dilakukan dengan cara menghitung persentase masing-masing indikator pertanyaan dengan menggunakan rumus:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

F : Jumlah jawaban yang diinginkan

N : *Number of cases* (jumlah frekuensi/banyaknya individu)

P : Angka presentase<sup>79</sup>

<sup>76</sup> “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D,” 2013.

<sup>77</sup> Farida Nugrahani, “*Metode Penelitian Kualitatif*” (Solo: Cakra Books, 2014), 143.

<sup>78</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*” (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2015), 244.

<sup>79</sup> Sugiyono, “*Statistika Untuk Penelitian*” (Bandung: Alfabeta, 2008), 230.

Dari perhitungan diatas dapat disesuaikan dengan range skala tingkat kepuasan responden:

**Tabel 3. 1**  
**Range Skala Tingkat Kepuasan**

No.	Persentase	Kriteria
1.	0% -20 %	Sangat Tidak Puas
2.	21% - 40%	Kurang Puas
3.	41% - 60%	Cukup Puas
4.	61% - 80%	Puas
5.	81% - 100%	Sangat Puas

Dimana untuk menarik kesimpulannya, apabila hasil persentase yang diperoleh berada pada rentang 81% - 100% maka Tingkat kepuasan para *Followers Twitter @CoppaMagz* terhadap media *Online CoppaMagz* merasa sangat puas, apabila hasilnya 61% - 80% berarti puas, apabila hasilnya 41% - 60% maka cukup puas, jika hasil persentasenya 21% - 40% berarti kurang puas, dan apabila hasil persentasenya 0% -20 % maka sangat tidak puas.

## G. Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Validitas adalah akurasi alat ukur terhadap apa yang diukur walaupun dilakukan berulang-ulang. Artinya alat ukur harus mempunyai akurasi yang baik, jika alat ukur tersebut digunakan sehingga validitas akan meningkatkan bobot kebenaran data yang akan diteliti.<sup>80</sup> Agar data yang diperoleh bias relevan atau sesuai dengan tujuan maka diadakan pengeukuran tersebut. Suatu *instrument* yang valid berarti mempunyai validitas yang tinggi dan sebaliknya, instumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yag rendah.<sup>81</sup>

Untuk menguji validitas dari setiap item, yaitu dengan mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Mengukur validitas instrument menggunakan korelasi

<sup>80</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Public Serta Ilmu-Ilmu Social Lainnya)* (Jakarta: Kencana Prenada, 2005).

<sup>81</sup> Suharsimi Arikunto, "*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*" (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), 211.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

product moment dengan taraf signifikan nilai probabilitas 5% atau 0,05 melalui aplikasi SPSS, dengan teknik pengujian menggunakan corrected item-total *correction* (*item total statistic*). Standar dalam mengukur valid tidaknya suatu kuesioner adalah sebagai berikut:<sup>82</sup>

- a. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrument atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ketepatan alat pengukur. Menurut Azwar (2012), reliabilitas berhubungan dengan akurasi instrument dalam mengukur apa yang diukur, kecermatan hasil ukur dan seberapa akurat apabila seandainya dilakukan pengukuran ulang pada waktu yang berbeda pada kelompok subjek yang sama dan diperoleh hasil yang relative sama.<sup>83</sup>

Alat ukur memiliki reliabilitas tinggi atau dapat dipercaya, jika alat ukur tersebut baik, yaitu alat ukur tersebut stabil dan dapat diandalkan. Ini menunjukkan sejauh mana hasil dari pengukuran tetap stabil bila dilakukan pengukuran berulang-ulang terhadap gejala yang sama, dan memakai alat ukur yang sama. Alat ukur dikatakan reliable jika hasil pengukuran menunjukkan hasil yang sama walaupun dilakukan pengukuran dua kali hingga lebih.<sup>84</sup>

Untuk uji realibilitas dalam penelitian ini digunakan metode Cronbach's Alpha, yang mana suatu instrumen memiliki tingkat realibilitas yang tinggi yang diperoleh  $>$  0,6.

<sup>82</sup> Juliansyah Noor, *Metode Penelitian Skripsi, Tesis Disertasi, Dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011).

<sup>83</sup> Azwar S, *Reliabilitas Dan Validitas* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012).

<sup>84</sup> Moh Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV GAMBARAN UMUM

### A. Sekilas Tentang *Korean Pop (K-Pop)*

*Korean Pop* atau *K-POP* adalah salah satu *genre* musik dari Korea Selatan. Di negara asalnya, *K-POP* telah lahir sejak tahun 1930-an. Ketika itu, area musik Korea dipengaruhi oleh musik pop Jepang. Pengaruh jajahan Jepang di Korea membuat musik Korea tidak dapat berkembang dan hanya mengikuti perkembangan musik pop Jepang saat itu. Baru antara tahun 1950-an dan 1960-an *K-POP* mulai mengalami perkembangan.<sup>85</sup> Entertainment musik *K-Pop* yang berkembang pertama kali yaitu SM Entertainment milik Lee Soo Man pada tahun 1993 dan membentuk sebuah grup bernama H.O.T (*High Five Teenager*) yang pada akhirnya menjadi grup music yang sukses.<sup>86</sup>

Berdasarkan data dari Pemerintah Korea (*The Korea Foundation*) tentang ‘gelombang budaya Korea’ seperti dilansir dari The Korea Times, penggemar hallyu atau *Korean Wave* di seluruh dunia kini semakin bertambah, dapat ditunjukkan dengan angka yang sudah mencapai hingga 89 juta orang tersebar di 113 negara. Data pada tahun 2018 pun menunjukkan jumlah penggemar budaya *K-Pop* di seluruh dunia yang mulai meningkat dari 22 persen kini menjadi 89,19 juta dari angka semula 73,12 juta penggemar.<sup>87</sup> Perkembangan *K-Pop* semakin bertambah dari tahun ke tahun sampai pada saat ini *K-Pop* sudah memasuki generasi ke-4 dan musik *K-Pop* semakin berkembang pesat ke seluruh dunia. *K-Pop* memiliki ciri khas musik yang dapat memberikan kesenangan tersendiri bagi para penikmatnya, sehingga jenis musik tersebut semakin digemari dan dikonsumsi oleh banyak orang setiap harinya.

Konsumsi dari *K-Pop* pada akhirnya memunculkan kelompok penggemar yang disebut dengan *Fandom (Fan Kingdom)*. *Fandom* biasanya

<sup>85</sup> Lastriani, “EXO-L Makassar: Interaksi Dunia Maya Antar Penggemar Boy Band EXO,” *Jurnal Etnografi Indonesia* 3, no. 1 (June 1, 2018).

<sup>86</sup> K. Howard, “Mapping K-Pop Past and Present,” in *The Political Economy of Business Ethics in East Asia* (Elsevier, 2017), 95–111.

<sup>87</sup> Sabila Zahra, “Penggemar Budaya K-Pop,” n.d., 14.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memiliki forum-forum khusus yang memungkinkan mereka untuk melakukan sharing secara beramai-ramai melalui fanbase di media sosial. Mereka menggunakan *internet* sebagai sarana mereka untuk memuaskan keinginan mereka terkait dengan idola mereka.<sup>88</sup> Kelompok penggemar tersebut disebut juga dengan ‘*K-Popers*’ atau *Korean Pop Lovers*. Komunitas *K-Pop* berburu segala informasi mengenai hal yang digemarinya yaitu mengenai grup musik Korea yang biasa disebut dengan *Boyband* dan *Girlband*. Dengan adanya hal yang ingin diketahui setiap harinya mengenai *K-Pop Idol* tersebut, *K-Popers* membutuhkan banyak sumber berita atau informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi *Idol* mereka. Salah satu media yang mereka gunakan dalam pencarian informasinya yaitu melalui *internet* seperti media sosial dan media *Online*.

Dalam penelitian ini media *Online* digunakan sebagai media informasi yang penggemar *Korean Pop* gunakan dalam mencari dan mendapatkan berita harian *K-Pop* atau *Daily K-Pop News*. *K-Pop News* atau berita tentang *K-Pop* biasanya disebarkan melalui media media di *internet* yang memuat tentang berita keseharian idol-idol Korea, baik tentang kegiatan-kegiatan apa saja yang sedang dilakukan sampai berita mengenai skandal-skandal yang terjadi di dunia *Entertainment* musik Korea Selatan.

Di Indonesia, media yang terkenal dalam penyebaran informasi atau berita mengenai *Korean Pop* yaitu Coppamagz. Coppamagz sebagai *Korean Entertainment Media and Community* nomor 1 di Indonesia yang menyebarkan berita harian *K-Pop* melalui beberapa akun media sosial dan portal berita seperti seperti pada portal berita dengan domain coppamagz.com, pada media sosial *Twitter* dan Instagram dengan user name @coppamagz dengan jumlah *followers* yang sangat banyak. Pada angka 44.000 *followers* di *Twitter* dan pada angka 722.000 *followers* pada media sosial Instagram, dan juga aktif di media sosial YouTube dengan channel CoppamagzTV.

<sup>88</sup> Rizka Fauziah and Diah Kusumawati, “Fandom K-Pop Idol dan Media Sosial,” n.d.,

## © Hak cipta milik UIN Suska Riau B. Media Online CoppaMagz

### 1. Sejarah CoppaMagz

CoppaMagz (*Korean Entertainment Media & Community*) merupakan sebuah komunitas yang bergerak dibidang *entertainment* yang memberikan berita seputar dunia hiburan dari Negara Korea Selatan dalam bentuk terjemahan ke bahasa Indonesia. CoppaMagz didirikan sebagai wadah untuk para penggemar musik *Korean Pop* atau *K-Pop* untuk mencari informasi tentang dunia hiburan *Korean Pop*, dan juga merupakan salah satu media nomor 1 komunitas *K-Pop* di Indonesia. Berita yang disajikan dalam media CoppaMagz juga sangat update dalam setiap harinya. Situs web Coppamagz ini dibentuk oleh komunitas penggemar *K-Pop* yang ada di Jakarta pada tahun 2013.<sup>89</sup>

Awal mulanya seorang anak muda bernama William Yuswan yang memulai bisnis pertamanya dibidang kuliner dengan nama restaurant ‘*Cooking Oppa*’ di tahun 2013. Dalam rangka untuk mempromosikan restoran yang menjual berbagai jenis *Korean food*, maka ia berinisiatif membuka akun Instagram dan mengisi postingan instagram tersebut dengan konten berita-berita dari dunia hiburan Korea Selatan yang mana tujuannya untuk mendapatkan perhatian pasar khususnya para penggemar *K-Pop*. Ternyata perkembangannya tidak terlalu besar, maka dari itu ia mencoba platform lain yang sedang *booming* pada saat itu yaitu *LINE@* pada maret 2015. Ternyata akun *LINE@* sukses besar, dengan ratusan ribu pengikut sebagai pembaca aktif setiap hari.

Dalam web CoppaMagz.com dikatakan bahwa mereka mendapat banyak undangan liputan untuk Konser *K-POP* di Indonesia. Hal tersebut membawa perkembangan besar pada bisnis *Cooking Oppa* dalam dibidang penyebaran informasi mengenai dunia hiburan Korea Selatan. Karena hal itu nama *Cooking Oppa* berubah menjadi ‘CoppaMagz’ yaitu singkatan

<sup>89</sup> Shazkya Arsy Baiq, Retno Indah Rokhmawati, and Aditya Rachmadi, “Analisis Pengalaman Pengguna Dengan Menggunakan Mixed-Methods Approach Studi Pada Website Coppamagz,” Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer, 2, no. 9 (September 2018): 3000–3001.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari ‘*Cooking Oppa Magazine*’ agar nama tersebut lebih menonjol ke arah media penyebaran informasi dan bukan hanya nama restoran lagi.

Pencapaian penting media CoppaMagz adalah ketika mereka diundang untuk menjadi pembicara utama di *LINE Creative 2016*, sebagai *TOP LINE@ Blogger*. Disana mereka berbagi *tips* dan *trick* dalam hal *blogging*. Pada tahun 2018, William Yuswan ditunjuk sebagai ‘*Indonesia Representative for ASEAN Culture House in Korea 2018*’ dan mendampingi Presiden Joko Widodo untuk kunjungan ke Seoul pada September 2018, sebagai *Power Blogger Hallyu Wave* di Indonesia.

Ditahun 2017 *Cooking Oppa* dengan nama barunya yaitu CoppaMagz juga mencoba melebarkan sayap dengan membuka *platform* lain yaitu seperti *Instagram*. Karena CoppaMagz sudah terbiasa membuat penulisan berita yang baik, maka CoppaMagz tidak menemukan kesulitan untuk memindahkan konten berita informasi dari platform *LINE@* ke *Instagram* juga. Selain *Instagram*, CoppaMagz juga membuka sebuah channel Youtube untuk memaksimalkan kepuasan pembaca dengan membuat konten audio visual di *channel* Youtube tersebut. Didalamnya terdapat beberapa konten hiburan *K-POP* yaitu konten video *MV Reaction*, liputan, wawancara, dan *Challenges*. Dan media CoppaMagz juga membuat akun *Twitter* dengan username @CoppaMagz untuk menyebarluaskan berita-berita yang sudah mereka buat.

Berita yang dimuat oleh media CoppaMagz bukanlah informasi rumor atau berita palsu. Sumber berita yang terdapat di web CoppaMagz biasanya berasal dari portal berita *Online* lain luar negeri yang menyediakan berita khusus tentang dunia hiburan Korea Selatan yang sudah diterjemahkan menjadi Bahasa Indonesia. Media CoppaMagz selalu mengecek ulang di portal berita korea selatan untuk memastikan bahwa berita tersebut benar adanya. Media CoppaMagz hampir selalu menjadi media yang pertama memposting berita terbaru yang terjadi didunia *K-POP*.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Profil Media *Online* CoppaMagz

Nama Perusahaan : Cooking Oppa Magazine (CoppaMagz)  
 Alamat : Jl. Gilimanuk I Blk. JF No.3, RT.8/RW.12,  
 Kalideres, Kec. Kalideres, Kota Jakarta Barat,  
 Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11840.  
 Telp : 0898-9938-175  
 Email : [coppamagz@gmail.com](mailto:coppamagz@gmail.com)

**Gambar 4. 1**  
Logo CoppaMagz



*Sumber: Media Sosial Twitter @CoppaMagz, 2021*

### a. Struktur Perusahaan CoppaMagz

**Gambar 4. 2**  
CEO & CFO Media CoppaMagz



CEO - William Y.  
@williamyuswan

CFO - Junarto  
@junjunoth

## Our Team

*Sumber: Portal Berita CoppaMagz.com, 2021*

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Gambar 4. 3**  
**Divisi Editorial Media Online CoppaMagz**

# Editorial



**CHIEF EDITOR**


Faradhita  
- budetama




Jihan  
- haxnjen




Mei  
- rin




Monica  
- sunandsand




Wulan  
- hanwoo




Aningtias  
- bloomin



Rhabilla  
- naydiw



Fahri  
- fantasia



Hanin  
- aruna

**Senior Writer**

**Junior Writer**

Sumber: Portal Berita CoppaMagz.com, 2021

**b. Clients & Networks Media CoppaMagz**

**Gambar 4. 4**  
**Clients & Networks Media CoppaMagz**

## Our Clients & Networks:



Sumber: Portal Berita CoppaMagz.com, 2021

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

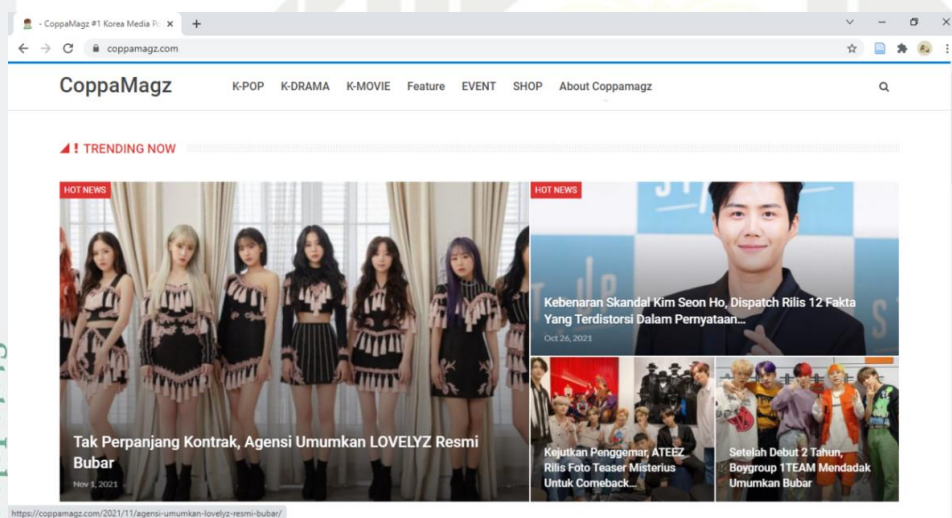
### c. Platform-Platform Media *Online* CoppaMagz

Saat ini website atau portal berita CoppaMagz memiliki domain yaitu CoppaMagz.com dan aktif di beberapa sosial media seperti Instagram, *Twitter* dan Youtube.

#### 1) Portal Berita CoppaMagz

Portal berita CoppaMagz memiliki domain yang bernama 'coppamagz.com'. Portal berita *Online* inilah yang digunakan sebagai media online utama yang digunakan media CoppaMagz untuk memuat berita-berita informasi *K-POP* yang Up to Date setiap harinya.

**Gambar 4. 5**  
**Tampilan Portal Berita CoppaMagz**



Sumber: Portal Berita CoppaMagz.com, 2021

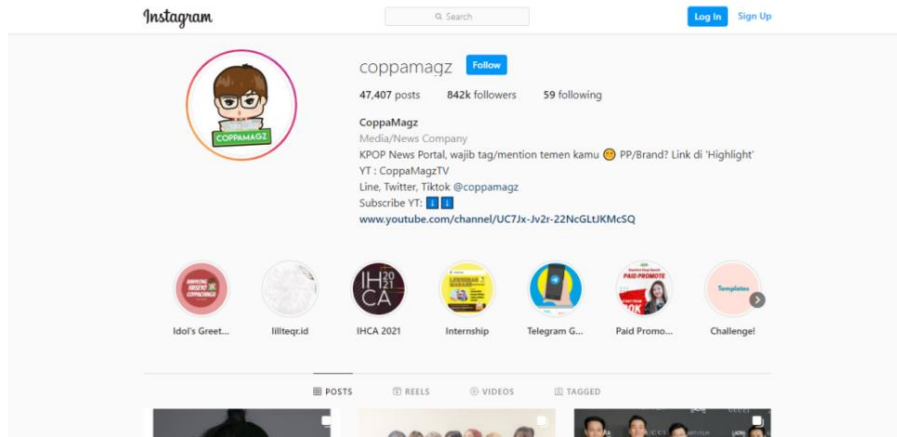
#### 2) Media Sosial Instagram

Media Sosial Instagram CoppaMagz merupakan salah satu media sosial yang menjadi fokus utama media CoppaMagz untuk memposting informasi *K-POP* dikarenakan *followersnya* yang sangat banyak dibandingkan platform yang lainnya.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

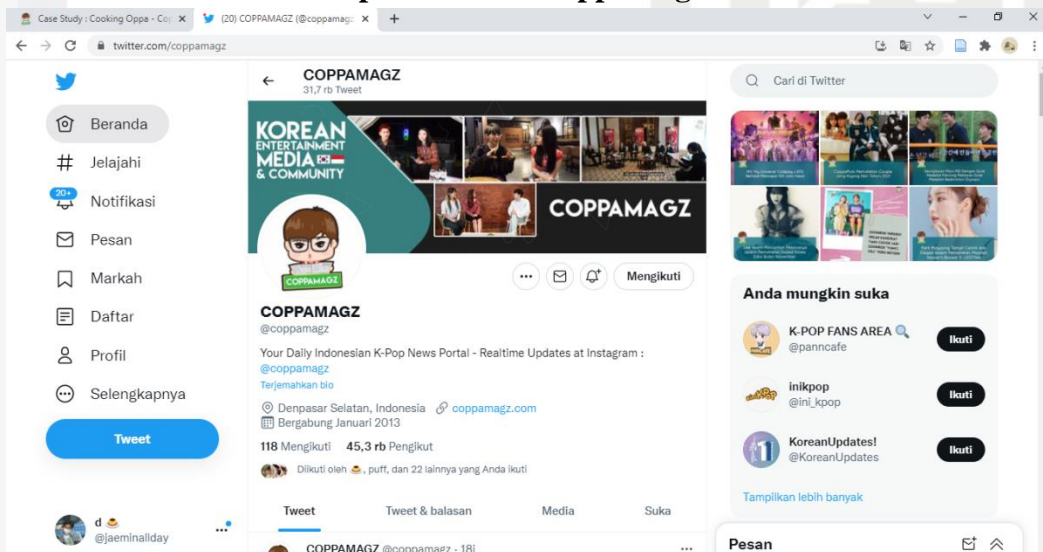
**Gambar 4. 6**  
**Tampilan Instagram Coppamagz**



**3) Media Sosial Twitter**

*Twitter* merupakan salah satu platform yang juga digunakan oleh media Coppamagz untuk membantu menyebarkan informasi *K-POP* agar semakin meluas dikalangan penggemar Korean Pop. Akan tetapi berita yang diposting di *Twitter* ini merupakan berita salinan dari media sosial Instagram Coppamagz yang jika media Coppamagz mengupload postingan terbaru di Instagram maka akan tersambung langsung ke *Twitter* untuk menyebarkan berita yang sama dengan yang ada di Instagram.

**Gambar 4. 7**  
**Tampilan Twitter Coppamagz**



Sumber: Media Sosial Twitter @CoppaMagz, 2021

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Gambar 4. 8**  
**Tampilan Header *Twitter* CoppaMagz**



*Sumber: Media Sosial Twitter @CoppaMagz, 2021*

#### 4) Media Sosial Youtube

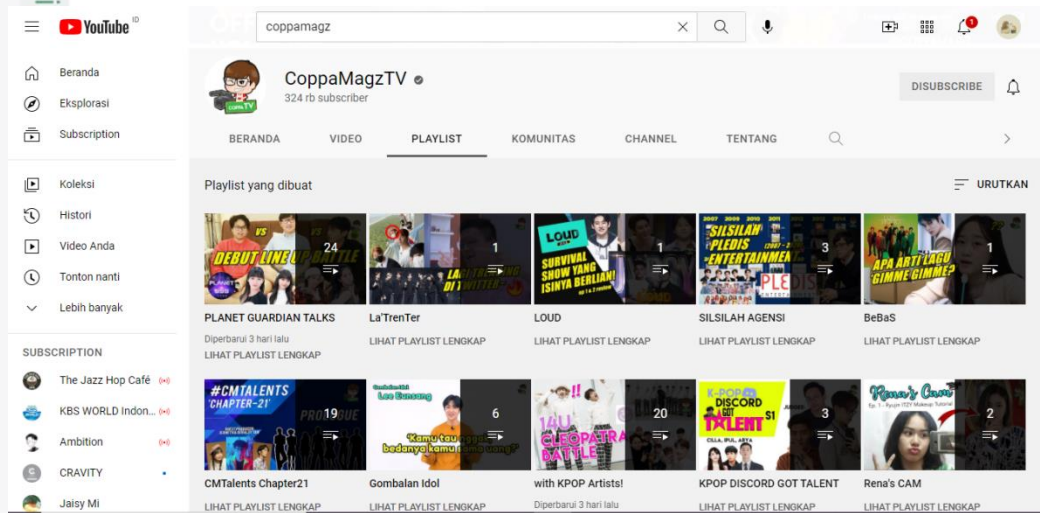
Youtube juga merupakan salah satu platform yang digunakan media CoppaMagz sebagai media untuk menyebarkan berita *K-POP*. Channel Youtube CoppaMagz bernama “CoppaMagzTV”. Kelebihan dari platform Youtube dibandingkan dari *platform* yang lain yaitu di Youtube CoppaMagz bukan hanya menyajikan berita informasi *K-POP* saja, akan tetapi banyak konten-konten *K-POP* menarik yang dibuat oleh media CoppaMagz untuk memaksimalkan kepuasan para penggemar *K-POP* yang mengikuti media CoppaMagz. Konten-konten yang disediakan seperti *MV Reaction*, *Challenges*, *Unboxing K-POP Merch*, *Fandom Test*, video *Gombalan Idol*, dan masih banyak konten *K-POP* seru lainnya.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Gambar 4. 9**  
**Tampilan Youtube Coppamagz**





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa tingkat kepuasan *followers Twitter @CoppaMagz* terhadap media *Online CoppaMagz* sebagai media informasi *daily K-Pop News* tergolong tinggi, yaitu diperoleh nilai sebesar 79,275% dari hasil perhitungan yang merupakan rata-rata dari digabungkannya empat indikator. Nilai persentase tersebut termasuk kedalam range skala tingkat kepuasan 61% - 80% yang berada dalam kategori **puas**. Hal tersebut menunjukkan bahwa media *Online CoppaMagz* merupakan media yang tepat bagi *followers Twitter @CoppaMagz* untuk memenuhi kebutuhan *daily K-Pop News*. Khususnya pada indikator kepuasan informasi yang menduduki urutan pertama dengan tingkat kepuasan responden mencapai 82,7% yang termasuk kedalam range 81% - 100% yang berarti **sangat memuaskan**. Hal tersebut menunjukkan bahwa *followers Twitter @CoppaMagz* telah tepat memilih dan menggunakan media online *CoppaMagz* sebagai media untuk memenuhi kebutuhan informasi harian K-Pop mereka. Berikut adalah hasil persentase tingkat kepuasan pada masing-masing indikator.

1. Hasil penelitian menyatakan bahwa indikator Kepuasan Informasi menempati peringkat pertama sebagai indikator yang paling memenuhi kepuasan kebutuhan responden. Dengan memperoleh skor persentase sebesar 82,7% dari hasil jawaban kuisioner, peneliti menyimpulkan bahwa tujuan utama *followers Twitter @CoppaMagz* mengikuti media *Online CoppaMagz* memang untuk mencari dan memperoleh informasi *K-Pop*, baik informasi jadwal kegiatan idol *K-Pop*, informasi skandal idol *K-Pop*, dan informasi harian *K-Pop* lainnya. Dan sebagian besar responden merasa puas atas sajian informasi yang diberikan oleh media *Online CoppaMagz* tersebut.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Selanjutnya indikator Kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial menempati posisi kedua dengan memperoleh skor persentase sebesar 78,55% dari hasil jawaban kuisioner, berarti dapat disimpulkan bahwa selain memperoleh kepuasan informasi dari media *Online CoppaMagz*, *followers Twitter @CoppaMagz* juga memperoleh kepuasan integritas dan interaksi sosial mereka. Kepuasan bisa memperoleh bahan percakapan dengan penggemar *K-Pop* lain juga dapat dekat dengan penggemar *K-Pop* lain dengan berbagi informasi *K-Pop* yang diperoleh dari media *Online CoppaMagz*.
3. Kemudian diperingkat ketiga ada indikator Kepuasan Hiburan dengan memperoleh skor persentase sebesar 78,4% dari responden. Berarti dapat disimpulkan bahwa *followers Twitter @CoppaMagz* merasa puas dapat menghilangkan kejenuhan, mengurangi stress, dan memperoleh kesenangan dengan melihat konten-konten berita *K-Pop* dari media *Online CoppaMagz*.
4. Terakhir adalah indikator Kepuasan Identitas Pribadi dengan memperoleh skor persentase sebesar 77,45% dari responden. Sebagian besar *followers Twitter @CoppaMagz* setuju bahwa mereka dapat memenuhi kepuasan pribadi mereka yang berupa mengetahui peristiwa-peristiwa yang terjadi di dunia *K-Pop* sebagai masukan bagi diri, serta mendapat kepercayaan diri sebagai penggemar *K-Pop* dari melalui media *Online CoppaMagz*.

#### B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan melalui tulisan penelitian ini yang berhubungan dengan penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut.

1. Diharapkan kepada media *Online CoppaMagz* agar lebih aktif di sosial media *Twitter @CoppaMagz* dengan menjawab atau melayani setiap pertanyaan *followers* mengenai hal yang berhubungan dengan informasi yang telah disajikan baik pertanyaan melalui *mention* atau melalui *direct message* yang dikirimkan oleh *followers*.

2. Untuk mengembangkan Ilmu Komunikasi terkait penelitian penyebaran informasi melalui sosial media, diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang mempunyai ketertarikan untuk meneliti objek yang sama, yaitu mengenai tingkat kepuasan *followers* terhadap media *Online CoppaMagz* sebagai media informasi agar dapat melakukan penelitiannya diluar faktor yang telah disajikan dalam penelitian ini. Agar nantinya hasil dari penelitian tersebut akan dapat lebih melengkapi dan menjadi beragam.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S.H, Muthi'. "Fenomena Medsos (Studi Fenomena Dampak Negatif Media Sosial Terhadap Keharmonisan Rumah Tangga)," 20. Kediri: Guepedia, 2019.
- Anggi Pradita. "Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial Snapchat di Pekanbaru" 4 (2017): 12.
- Ardianto, Elvinaro, Lukita Komala, and Siti Karlinah. "Komunikasi Massa Suatu Pengantar," 73. Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2015.
- \_\_\_\_\_. "Komunikasi Massa Suatu Pengantar," 74. Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2015.
- Arifin, Pupung. "Persaingan Tujuh Portal Berita Online Indonesia berdasarkan Analisis Uses and Gratifications." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, no. 2 (December 6, 2013). <https://doi.org/10.24002/jik.v10i2.353>.
- Arikunto, Suharsimi. "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik," 211. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006.
- Arsy Baiq, Shazkya, Retno Indah Rokhmawati, and Aditya Rachmadi. "Analisis Pengalaman Pengguna Dengan Menggunakan Mixed-Methods Approach Studi Pada Website Coppamagz," *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2, no. 9 (September 2018): 3000–3001.
- Baran, and Davis. "Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future (5th Ed.)," 237–38. Boston: MA: Wadsworth Cengage Learning, 2009.
- Bawa Atmadja, Nengah. "Sosiologi Media: Perspektif Teori Kritis," 46. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2018.
- Bawa Atmadja, Nengah, and Luh Putu Sri Ariyani. "Sosiologi Media Perspektif Teori Kritis," 58. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2018.
- Betsy Gooch. "The Communication of Fan Culture: The Impact of New Media on Science Fiction and Fantasy Fandom." Georgia Institute of Technology, 2008.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Public Serta Ilmu-Ilmu Social Lainnya)*. Jakarta: Kencana Prenada, 2005.
- Burhanuddin. "Pengaruh Media Sosial Twitter @lowkerPKU Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Bagi Followers." *JOM FISIP* 2, no. 2 (Oktober 2015): 4.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Dawson, Catherine. *A-Z of Digital Research Methods*. 1st ed. Abingdon, Oxon ; New York, NY : Routledge, 2019.: Routledge, 2019. <https://doi.org/10.4324/9781351044677>.
- Denis McQuail. *Teori Komunikasi Massa*,” 72. Jakarta: Erlangga, 1987.
- Dr. Humaizi, M.A. *“Uses and Gratifications Theory,”* 51–52. Medan: USU Press, 2018.
- Dr. Sandu Siyoto, SKM., M.Kes and M. Ali Sodik, M.A. *“Dasar Metodologi Penelitian,”* 55. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- \_\_\_\_\_. *“Dasar Metodologi Penelitian,”* 56. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- E, Ardianto. *“Komunikasi Massa Suatu Pengantar,”* 14. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011.
- Fauziah, Rizka, and Diah Kusumawati. *“Fandom K-Pop Idol dan Media Sosial,”* n.d., 18.
- Flew, Terry. *Media Baru: Sebuah Permulaan*. Universitas Indonesia Press, 2008.
- G, Meikle, and Young S. *Media Convergence: Networked Digital Media in Everyday Life*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2012.
- Gusmia Arianti. *“Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Path.” Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Al Azhar Indonesia (UAI),* n.d., 180–92.
- Hermida, Alfred. *“#Journalism: Reconfiguring journalism research about Twitter, one tweet at a time.” Digital Journalism* 1, no. 3 (October 2013): 295–313. <https://doi.org/10.1080/21670811.2013.808456>.
- Howard, K. *“Mapping K-Pop Past and Present.” In The Political Economy of Business Ethics in East Asia,* 95–111. Elsevier, 2017. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-100690-0.00006-3>.
- Husada Putra, Teguh, Noveina S. Dugis, and Maria Yuliasuti. *“Kepuasan Anggota Instansantara Surabaya Pada Penggunaan Media Sosial Instagram,” Komunikatif Jurnal Ilmiah Komunikasi,* 4, no. 1 (July 2015): 64–82.
- J, Creswell, and W. *“Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed,”* 216. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar, 2010.
- J, Rakhmat. *“Metode Penelitian Komunikasi,”* 24. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2009.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- J, Werner, Severin, and James W Tankard Jr. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terapan Di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Jenkins, H. "The Cultural Logic of Media Convergence" 7, no. 1 (2004): 33–43. <https://doi.org/10.1177/1367877904040603>.
- Karman, Karman. "Riset Penggunaan Media dan Perkembangannya Kini." *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 17, no. 1 (January 8, 2014): 93. <https://doi.org/10.31445/jskm.2013.170106>.
- Katz, E, Blummer, Jay G, Gurevitch, and Hass. *Utilization of Mass Communication by the Individual, "The Uses of Mass Communication: Current Perspective on Gratification Research*. Beverly Hills-London: Sage Publication, 1974.
- Kriyantono, Rachmat. "Teknik Praktis Komunikasi," 213. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007.
- . "Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media," 217. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006.
- Kriyantono, Rakhmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.
- Lasorsa, Dominic L., Seth C. Lewis, and Avery E. Holton. "Normalizing Twitter: Journalism Practice in an Emerging Communication Space." *Journalism Studies* 13, no. 1 (February 2012): 19–36. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2011.571825>.
- Lastriani. "EXO-L Makassar: Interaksi Dunia Maya Antar Penggemar Boy Band EXO." *Jurnal Etnografi Indonesia* 3, no. 1 (June 1, 2018).
- Lovelock, C, and John Wirtz. *Pemasaran Jasa Perspektif Edisi 7*. Jakarta: Erlangga, 2011.
- M.Ali Sodik, Sandu. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Maria Jervelycke Belfrage, Bergstrom Annika. "News in Social Media (Incidental Consumption and the Role of Opinion Leaders)." *Informa UK Limited, Trading as Taylor & Francis Group*, January 12, 2018, 583–98.
- Martono, Nanang. "Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder)," 74. Jakarta: Raja Grafindo, 2011.
- McQuail, Dennis. "Teori Komunikasi Massa," 43. Jakarta: Salemba Humanika, 2011.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifur Razi Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- . “*Teori Komunikasi Massa McQuail*,” 106. Jakarta: Salemba Humanika, 2012.
- . “*Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*.” Jakarta: PT. Erlangga, 2002.
- Mulyana, Dedy. “*Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*,” 70. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2007.
- Nasrullah, Rulli. “*Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*,” 43. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- . “*Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*,” 11. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- . “*Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*,” 39. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Nawawi. “*Metode Penelitian Bidang Sosial*,” 45. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2006.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2013.
- Noor, Juliansyah. *Metode Penelitian Skripsi, Tesis Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Nugrahani, Farida. “*Metode Penelitian Kualitatif*,” 143. Solo: Cakra Books, 2014.
- Nursyafitri Liani, Dhea, and Nofha Rina, S.Sos, M.Si. “Motif Penggunaan Media Sosial Twitter ( Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Pengikut Akun Twitter @EXOInd),” *Jurnal Humaniora*, 20, no. 1 (March 1, 2020): 63–71.
- Nurudin. “*Pengantar Komunikasi Massa*,” 192. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Putri, Dian, Roro Retno Wulan, and Ayub Ilfandy Imran. “*Kepuasan Mahasiswa Telkom University Dalam Penanganan Keluhan Berbasis Media Sosial Facebook*” 15, no. 1 (April 2016): 41–49.
- Putri, Dianingtyas Murtanti. “Peran Media Online Dalam Pembangunan Provinsi Banten” 3, no. 1 (2013): 16.
- Raditya Pratama Putra and Yuliani Rachma Putri. “Kepuasan Mahasiswa Telkom University Dalam Pemanfaatan Situs smb.telkomuniversity.ac.id Sebagai Media Informasi,” *Jurnal Sosioteknologi*, 14 (April 2015): 77–87.
- Ready, Algu. “Penggunaan Media Online Sebagai Sumber Informasi Akademik Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik





Universitas Riau.” *JOM FISIP* 3, no. 1 (February 1, 2016).

Rezky Emawarni, Sri. “Pengaruh Motif Pengguna Media Sosial Twitter @GoRiau.com Terhadap Kepuasan Followers Dalam Mendapatkan Informasi Di Kota Pekanbaru,” *JOM FISIP*, 4, no. 2 (2017): 1–12.

Romli, and Asep Syamsul. “*Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*,” 34. Bandung: Nuansa Cendikia, 2018.

Ruggiero, Thomas E. *Uses and Gratification Theory in the 21st Century*, 2000.

S, Azwar. *Reliabilitas Dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.

S, J, Baran, and Davis D. K. *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future (5th Ed.)*. Boston: MA: Wadsworth Cengage Learning, 2009.

Santana K. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005.

Shazkya, Arsy Baiq, Retno Indah Rokhmawati, and Aditya Rachmadi. “*Analisis Pengalaman Pengguna Dengan Menggunakan Mixed-Methods Approach Studi Pada Website Coppamagz*,” n.d., 6.

Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*,” 60. Bandung: Alfabeta, 2013.

———. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*,” 38. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2015.

———. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*,” 142. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2015.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2015.

———. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*,” 244. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2015.

———. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*,” 62. Bandung: Alfabeta, 2013.

———. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*,” 7. Bandung: Alfabeta, 2014.

———. “*Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*,” 107. Bandung: Alfabeta, 2013.

———. “*Statistika Untuk Penelitian*,” 230. Bandung: Alfabeta, 2008.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Syarif Maulana, Ade. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.TOI," *Jurnal Ekonomi*, 7, no. 2 (November 2016): 114.

Vita Vanessa Priyanka Putri. *Teori Komunikasi Massa Dan Perubahan Masyarakat*. Malang: (Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligencia Media (Intrans Publishing Group), 2020.

Widiantoro, Fajar. "Media Online Mulai 'Memangsa' Media Cetak," Mei 2010. [www.detik.com](http://www.detik.com).

Winarti, Vivi, and Halim. "Media Online Www.Seskotni.Mil.Id Sebagai Media House Jurna," 27. Bandung: Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, 2006.

Zahra, Sabila. "Penggemar Budaya K-Pop," n.d., 14.

Zarella, Dan. *The Social Media Marketing Book*. USA: Oreilly Media, 2010.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LAMPIRAN

### Lampiran I

#### KUESIONER PENELITIAN

##### Tingkat Kepuasan *Followers* Twitter @CoppaMagz Terhadap Media Online CoppaMagz Sebagai Media Informasi Daily K-Pop News

###### Bagian I

###### Karakteristik Responden

1. Nama
2. Jenis Kelamin
3. Usia
4. Pendidikan
5. Pekerjaan
6. Apakah anda merupakan *followers* dari akun Twitter @CoppaMagz?

###### Bagian II

###### Petunjuk:

1. Berikan pendapat anda pada opsi tingkatan kepuasan yang anda peroleh dari penggunaan Media Online CoppaMagz Sebagai Media Informasi Daily K-POP News.
2. Nyatakan pilihan jawaban anda dengan cara memeberikan tanda ceklis (√) pada kotak yang disediakan untuk masing-masing pernyataan:

SS = SANGAT SETUJU

S = SETUJU

CS = CUKUP SETUJU

TS = TIDAK SETUJU

STS = SANGAT TIDAK SETUJU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
Kepuasan Informasi						
1.	Saya merasa puas bisa mendapatkan berita informasi <i>K-POP</i> yang <i>up to date</i> setiap harinya dari media <i>Online CoppaMagz</i>					
2.	Saya merasa puas dengan kejelasan pemberitaan media <i>CoppaMagz</i> mengenai skandal didunia <i>K-POP</i> sehingga saya ingin terus mengikuti perkembangan skandal tersebut. (Contohnya seperti perkembangan berita skandal aktor Kim Seonho)					
3.	Saya merasa puas mendapat berita <i>K-POP</i> dari media <i>Online CoppaMagz</i> yang informasinya merupakan fakta dan bukan Hoax.					
4.	Saya merasa puas memperoleh informasi jadwal kegiatan para idol <i>K-POP</i> melalui media <i>Online CoppaMagz</i> .					
5.	Saya merasa puas dengan media <i>Online CoppaMagz</i> karena berita informasinya dapat dengan mudah diakses dan juga tampilannya menarik.					
6.	Saya puas dapat menambah wawasan pengetahuan saya tentang <i>K-POP</i> dari media <i>CoppaMagz</i>					
Kepuasan Identitas Pribadi						
7.	Saya merasa puas membaca berita dari media					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Online CoppaMagz karena dapat menemukan peristiwa-peristiwa yang bisa dijadikan sebagai masukan bagi diri sendiri.					
8.	Melihat informasi dari media <i>Online</i> CoppaMagz memuaskan rasa penasaran saya tentang berita-berita <i>K-POP</i> yang sedang hangat dibicarakan.					
9.	Saya merasa puas dapat lebih meningkatkan kepercayaan diri sebagai penggemar <i>K-POP</i> setelah membaca informasi dari media CoppaMagz					
10.	Setelah mengakses berita informasi dari media CoppaMagz, saya merasa puas lebih mudah beradaptasi dengan lingkungan se- <i>Fandom</i> saya.					
Kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial						
11.	Membaca berita informasi dari media CoppaMagz membantu saya memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain.					
12.	Saya merasa puas dapat memperoleh bahan percakapan dengan sesama penggemar <i>K-POP</i> lain dari informasi yang dimuat oleh media CoppaMagz.					
13.	Saya merasa puas mampu berbagi informasi <i>K-POP</i> dengan orang lain dari berita CoppaMagz.					
14.	Saya merasa puas bisa dekat dengan penggemar <i>K-POP</i> yang lain karena memfollow media CoppaMagz dan mengakses informasi dari sana.					
Kepuasan Hiburan						
15.	Saya merasa puas dapat mengurangi stress dari masalah kehidupan sehari-hari dengan melihat					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

	konten-konten informasi <i>K-POP</i> yang disajikan oleh media CoppaMagz.				
16	Saya merasa puas dapat mengisi kekosongan waktu luang saya dengan membaca informasi-informasi <i>K-POP</i> yang dimuat di media CoppaMagz.				
17	Saya merasa puas dapat memperoleh hiburan dan kesenangan dengan mengakses konten-konten informasi <i>K-POP</i> dari media CoppaMagz.				

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Lampiran II Tanggapan Responden

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Statistics

		TK01	TK02	TK03	TK04	TK05	TK06	TK07
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0

Statistics

		TK08	TK09	TK10	TK11	TK12	TK13	TK14
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0

Statistics

		TK15	TK16	TK17
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0

### Tabel Rekapitulasi Indikator Tingkat Kepuasan

TK01

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0
	2.00	1	1.0	2.0
	3.00	5	5.0	7.0
	4.00	53	53.0	60.0
	5.00	40	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**TK02**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	1	1.0	1.0	1.0
2.00	3	3.0	3.0	4.0
3.00	21	21.0	21.0	25.0
4.00	38	38.0	38.0	63.0
5.00	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**TK03**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	1	1.0	1.0	1.0
2.00	2	2.0	2.0	3.0
3.00	17	17.0	17.0	20.0
4.00	52	52.0	52.0	72.0
5.00	28	28.0	28.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**TK04**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	1	1.0	1.0	1.0
2.00	3	3.0	3.0	4.0
3.00	25	25.0	25.0	29.0
4.00	41	41.0	41.0	70.0
5.00	30	30.0	30.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**TK05**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	1	1.0	1.0	1.0
3.00	10	10.0	10.0	11.0
Valid 4.00	45	45.0	45.0	56.0
5.00	44	44.0	44.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**TK06**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	1	1.0	1.0	1.0
2.00	4	4.0	4.0	5.0
Valid 3.00	11	11.0	11.0	16.0
4.00	47	47.0	47.0	63.0
5.00	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**TK07**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	1	1.0	1.0	1.0
2.00	1	1.0	1.0	2.0
Valid 3.00	28	28.0	28.0	30.0
4.00	40	40.0	40.0	70.0
5.00	30	30.0	30.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**TK08**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	1	1.0	1.0	1.0
2.00	1	1.0	1.0	2.0
3.00	11	11.0	11.0	13.0
4.00	49	49.0	49.0	62.0
5.00	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**TK09**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	1	1.0	1.0	1.0
2.00	8	8.0	8.0	9.0
3.00	35	35.0	35.0	44.0
4.00	34	34.0	34.0	78.0
5.00	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**TK10**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	2	2.0	2.0	2.0
2.00	14	14.0	14.0	16.0
3.00	25	25.0	25.0	41.0
4.00	37	37.0	37.0	78.0
5.00	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**TK11**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	2	2.0	2.0	2.0
2.00	4	4.0	4.0	6.0
3.00	22	22.0	22.0	28.0
4.00	46	46.0	46.0	74.0
5.00	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**TK12**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	2	2.0	2.0	2.0
2.00	3	3.0	3.0	5.0
3.00	15	15.0	15.0	20.0
4.00	48	48.0	48.0	68.0
5.00	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**TK13**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	2	2.0	2.0	2.0
2.00	4	4.0	4.0	6.0
3.00	14	14.0	14.0	20.0
4.00	39	39.0	39.0	59.0
5.00	41	41.0	41.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**TK14**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	2	2.0	2.0	2.0
2.00	9	9.0	9.0	11.0
3.00	31	31.0	31.0	42.0
4.00	40	40.0	40.0	82.0
5.00	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**TK15**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	4	4.0	4.0	4.0
2.00	6	6.0	6.0	10.0
3.00	29	29.0	29.0	39.0
4.00	34	34.0	34.0	73.0
5.00	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**TK16**

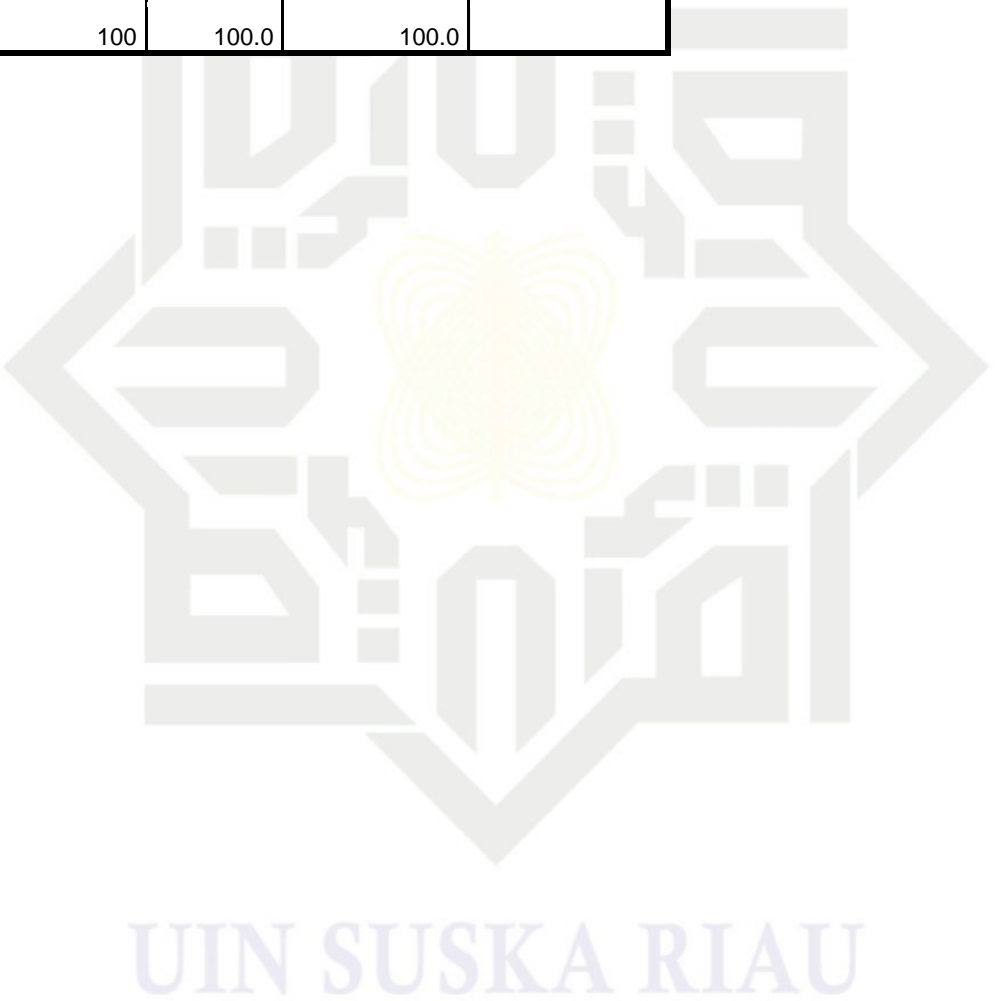
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	2	2.0	2.0	2.0
2.00	4	4.0	4.0	6.0
3.00	22	22.0	22.0	28.0
4.00	43	43.0	43.0	71.0
5.00	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

TK17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2.0	2.0	2.0
2.00	2	2.0	2.0	4.0
3.00	19	19.0	19.0	23.0
4.00	39	39.0	39.0	62.0
5.00	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jln. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani Tampan – Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id/> email: [fdk@uin-suska.ac.id](mailto:fdk@uin-suska.ac.id)

© Hak Cipta: milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Ditandatangani Undang-Undang  
Ditandatangani sebagai bagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
Ditandatangani sebagai bagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.  
Ditandatangani sebagai bagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
Ditandatangani sebagai bagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.  
Ditandatangani sebagai bagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
Ditandatangani sebagai bagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nomor B-11186/Un.04/F.IV/PP.00.9/11/2021

Pekanbaru, 09 November 2021

Biasa  
Lampiran: 1 (satu) Exp  
Mendapatkan Penelitian.

Kepada Yth,  
**Kepala Dinas Penanaman Modal dan  
Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
Provinsi Riau**  
Di  
**Pekanbaru**

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

N a m a	: DESTIKA RAHMA YANTI
N I M	: 11743201493
Semester	: IX (SEMBILAN)
Jurusan	: ILMU KOMUNIKASI
Pekerjaan	: Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:

**Tingkat Kepuasan Followers Twitter @CoppaMagz Terhadap Media Online CoppaMagz sebagai Media Informasi Daily Kpop News"**

Adapun sumber data penelitian adalah :  
**Media Sosial Twitter @CoppaMagz**

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam  
a.n. Rektor,  
Dekan,



**Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A**  
NIP.19811118 200901 1 006

Tembusan :

1. Mahasiswa yang bersangkutan



**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**  
 Email : [dpmptsp@riau.go.id](mailto:dpmptsp@riau.go.id)

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/45386  
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Sebagai Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.VII/PP.00.9//2021 Tanggal 9 November 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

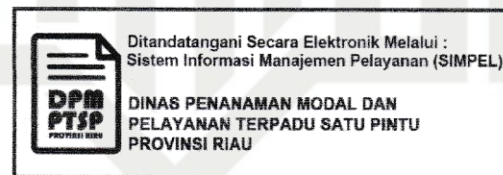
- |                      |   |  |
|----------------------|---|--|
| 1. Nama              | : | <b>DESTIKA RAHMA YANTI</b>   |
| 2. NIM/ KTP          | : | 11743201493  |
| 3. Program Studi     | : | ILMU KOMUNIKASI  |
| 4. Jenjang           | : | S1   |
| 5. Alamat            | : | PEKANBARU  |
| 6. Judul Penelitian  | : | <b>TINGKAT KEPUASAN FOLLOWERS TWITTER @COPPAMAGZ TERHADAP MEDIA ONLINE COPPAMAGZ SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAILY KPOP NEWS</b> |
| 7. Lokasi Penelitian | : | MEDIA SOSIAL TWITTER @COPPAMAGZ  |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
- 2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
- 3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
 Pada Tanggal : 23 November 2021



**Tembusan :**  
 Disampaikan Kepada Yth :  
 Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru  
 Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru  
 Yang Bersangkutan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerbitan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

c. Cipta Dilindungi Undang-Undang

d. Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University Sultan Syarif Kasim Riau



## BIOGRAFI PENULIS

*Assalamu 'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh*



Penulis bernama lengkap Destika Rahma Yanti. Lahir di Bagan Batu, pada tanggal 8 Desember 1999. Penulis merupakan anak pertama dari 2 bersaudara dari pasangan Rianto dan Maryatun.

Riwayat pendidikan formal yang ditempuh penulis adalah menyelesaikan pendidikan Taman Kanak-kanak di TK Dharma Pertiwi pada tahun 2005, kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar di SDN 010 Harapan Makmur Bagan Batu pada tahun 2005-2011, selanjutnya pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Bagan Sinembah pada tahun 2011-2014, kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Bagan Sinembah pada tahun 2014-2017, pada tahun 2017 penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan memilih jurusan Ilmu Komunikasi konsentrasi Broadcasting, Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Alhamdulillah atas limpahan rahmat dari Allah SWT serta dukungan dan doa dari orang-orang tersayang, akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“Tingkat Kepuasan Followers Twitter @CoppaMagz Terhadap Media Online CoppaMagz Sebagai Media Informasi Daily K-Pop News”**, dibawah bimbingan bapak Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom, berdasarkan hasil ujian munaqasyah pada tanggal 13 April 2022 penulis dinyatakan **“LULUS”** dan berhak menyandang gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

*Wassalamu 'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.