



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

BIDANG STUDI VISUAL AND ART COMMUNICATION

UNIVERSITAS MERCU BUANA

**DAYA TARIK TWITTER TERHADAP KETERGANTUNGAN PADA
TWITTER DIKALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS MERCU
BUANA**

110 HALAMAN , 24 BUKU , 6 ARTIKEL

ABSTRAKSI

Twitter adalah satu dari beberapa situs pertemanan dengan ide social networking yang berbasis microblogging untuk menjalin sosialisasi dunia maya di mana pengguna dapat membentuk jaringan dengan mengundang teman dan juga memberikan fasilitas bagi pengguna untuk mengirimkan "pembaharuan" berupa tulisan teks dengan panjang maksimum 140 karakter melalui SMS. Twitter diciptakan oleh Jack Dorsey pada bulan juli 2006 di bawah perusahaan Odeo Corp. Jenis penelitian yang digunakan bersifat Kuantitatif dengan format korelasional dengan metode survey dan dilakukan melalui cara penyebaran kuesioner ke target survey yang sudah ditentukan.

Situs jejaring sosial (*Social Network Sites*) merupakan sebuah web berbasis pelayanan yang memungkinkan penggunanya untuk membuat profil, Melihat - lihat pengguna yang tersedia, serta mengundang atau menerima teman untuk bergabung dalam situs tersebut. Tampilan dasar situs jejaring sosial ini menampilkan halaman profil pengguna yang didalamnya terdiri dari identitas dan foto pengguna. Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang bersifat korelasional, yaitu untuk meneliti hubungan antara variabel. Hasil akhir dari penelitian ini adalah gambaran mengenai pengaruh hubungan.

Peneliti mengambil sampel populasi mahasiswa aktif fakultas ilmu komunikasi 2010 dengan jumlah populasi sebanyak 448 dan menjadi 82 responden. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Terdapat hubungan yang lemah dalam daya tarik twitter terhadap ketergantungan pada twitter, yakni sebesar 0,364.