



**EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL TWITTER @Kota\_Tangerang  
SEBAGAI PENYEBARAN INFORMASI PUBLIK DI KOTA  
TANGERANG**

(Survey terhadap Followers @Kota\_Tangerang)

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)  
Program Studi Public Relations

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Disusun oleh:  
Riri Ambrayni  
44213010071

**PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2017**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : **EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL TWITTER  
@Kota\_Tangerang SEBAGAI PENYEBARAN  
INFORMASI PUBLIK**  
(Survei terhadap followers @Kota\_Tangerang)

Nama : Riri Ambrayni

NIM : 44213010071

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Public Relations

Jakarta, 14 September 2017

Mengetahui,

**Pembimbing**

**(Diah Wardhani, Dra. M.Si)**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG AKHIR**

Judul : **EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL TWITTER  
@Kota\_Tangerang SEBAGAI PENYEBARAN  
INFORMASI PUBLIK**  
(Survei terhadap followers @Kota\_Tangerang)

Nama : Riri Ambrayni

NIM : 44213010071

Fakultas : **UNIVERSITAS  
Ilmu Komunikasi**

Program Studi : **MERCU BUANA  
Public Relations**

Jakarta, 02 Oktober 2017

Mengetahui,

**Ketua Sidang**

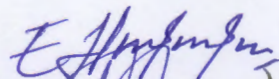
(Enjang Pera Irawan, M.Ikom)

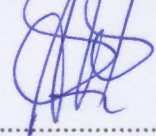
**Penguji Ahli**

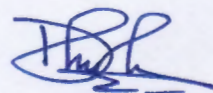
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)

**Pembimbing**

(Diah Wardhani, Dra. M.Si)

  
(.....)

  
(.....)

  
(.....)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : **EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL TWITTER  
@Kota\_Tangerang SEBAGAI PENYEBARAN**

**INFORMASI PUBLIK**

(Survei terhadap followers @Kota\_Tangerang)

Nama : Riri Ambrayni  
NIM : 44213010071  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Public Relations

UNIVERSITAS

Jakarta, 02 Oktober 2017

Disetujui dan Diterima Oleh,

Pembimbing

(Diah Wardhani, Dra. M.Si)

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Dr. Elly Yuliatwati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Ponce Budi Sulistyono, M.Comn, Ph.D)

## KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur senantiasa saya panjatkan kepada Allah SWT. Tuhan Yang Maha Esa pengayom segenap alam yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga dalam penulisan karya ilmiah ini saya tidak mengalami kendala yang berarti hingga terselesaikannya tugas akhir ini dengan judul “EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL TWITTER @KOTA\_TANGERANG SEBAGAI PENYEBARAN INFORMASI PUBLIK DI KOTA TANGERANG”

Pada kesempatan ini, Yang pertama dan paling utama penulis mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan lahir dan batin kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir. Dan dalam penulisan ini saya mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak, oleh karenanya dari hati yang terdalam saya juga ingin mengungkapkan rasa terima kasih saya kepada :

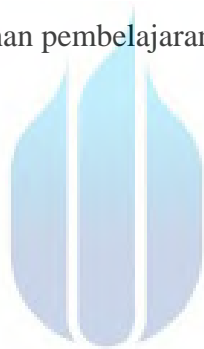
1. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan masukan baik dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Kedua orangtua saya tercinta Bapak Sumarna dan Ibu Siti Sholeka nur aini yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada saya baik itu berupa dukungan moril maupun dukungan materil.
3. Orang-orang special dan sahabat saya Indra Ws, Tiara Pandutama, Gahayu Putrimas, Laili Sharfina, Malla Sari.

4. Teman-teman seperjuangan PR yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang memberikan dukungan.

Saya sangat menyadari tidak ada manusia yang sempurna begitu juga dalam tugas akhri ini, apabila nantinya terdapat kekurangan, kesalahan, Saya selaku penulis sangat berharap kepada seluruh pihak agar dapat memberikan kritik dan juga saran.

Akhir kata, saya ucapkan terimakasih dan semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan bahan pembelajaran kepada kita semua.

Penulis



Riri Ambrayni

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

### Halaman

|   |    |
|---|----|
| <b>ABSTRAK</b> .....                            | i  |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                     | ii |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                         | iv |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....                  | 1  |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                 | 1  |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                       | 6  |
| 1.3 Identifikasi Masalah.....                   | 6  |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....                     | 6  |
| 1.5 Manfaat Peneliti .....                      | 6  |
| 1.5.1 Manfaat Teoritis .....                    | 7  |
| 1.5.2 Manfaat Praktisi.....                     | 7  |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....            | 8  |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....                  | 8  |
| 2.2 Komunikasi Organisasi .....                 | 13 |
| 2.2.1 Definisi Komunikasi Organisasi.....       | 13 |
| 2.2.2 Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi.....   | 16 |
| 2.2.3 Efek Komunikasi .....                     | 18 |
| 2.2.4 Saluran Komunikasi Organisasi.....        | 19 |
| 2.3 Public Relations.....                       | 21 |
| 2.3.1 Definisi Public Relations .....           | 21 |
| 2.3.2 Fungsi Public Relations .....             | 22 |
| 2.3.3 Kegiatan Dan tugas Public Relations ..... | 24 |
| 2.3.4 Macam-Macam Media Public Relations .....  | 26 |
| 2.3.5 Fungsi media.....                         | 28 |
| 2.3.6 E-PR.....                                 | 29 |
| 2.4 New Media .....                             | 30 |
| 2.5 Social Media .....                          | 31 |
| 2.5.1 Media Sosial Twitter .....                | 33 |

|                |  |           |
|----------------|--|-----------|
| 2.6            | Efektivitas Media Sosial Sebagai Penyebaran Informasi..... | 35        |
| <b>BAB III</b> | <b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>                          | <b>41</b> |
| 3.1            | Tipe Penelitian .....                                      | 41        |
| 3.2            | Metode Penelitian .....                                    | 43        |
| 3.3            | Populasi Dan Sampel .....                                  | 43        |
| 3.3.1          | Populasi.....  | 43        |
| 3.3.2          | Sampel .....   | 44        |
| 3.4            | Definisi Konsep dan Oprasionalisasi Konsep.....            | 46        |
| 3.5.1          | Definisi Konsep.....                                       | 46        |
| 3.5.2          | Oprasionalisasi Konsep.....                                | 47        |
| 3.5            | Uji Validitas Dan Uji Relibilitas .....                    | 49        |
| 3.6.1          | Uji Validitas.....   | 49        |
| 3.6.2          | Uji Relibilitas.....                                       | 50        |
| 3.6            | Teknik Pengumpulan Data.....                               | 51        |
| 3.6.1          | Data Primer.....   | 51        |
| 3.6.2          | Data Sekunder.....   | 51        |
| 3.7            | Teknik Analisis Data.....                                  | 51        |
| <b>BAB IV</b>  | <b>ANALISA DAN PEMBAHASAN.....</b>                         | <b>54</b> |
| 4.1            | Gambaran Umum Objek Penelitian.....                        | 54        |
| 4.1.1          | Sejarah Singkat Twitter.....                               | 54        |
| 4.1.2          | Fitur Pada Twitter.....                                    | 56        |
| 4.2            | Analisis Data.....   | 58        |
| 4.2.1          | Karakteristik Responden.....                               | 58        |
| 4.2.2          | Uji Validitas dan Reliabilitas.....                        | 59        |
| 4.2.3          | Uji Reliabilitas.....                                      | 68        |
| 4.2.2.1        | Kefektifan Pengetahuan Penerima.....                       | 69        |
| 4.2.2.2        | Aspek Kognitif.....  | 72        |
| 4.2.2.3        | Ketepatan Waktu.....                                       | 78        |
| 4.2.2.4        | Media.....   | 81        |
| 4.2.2.5        | Format.....  | 85        |
| 4.2.2.6        | Sumber.....  | 90        |



|   |    |
|---|----|
| 4.2.4 Statistik Deskriptif.....         | 93 |
| 4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....    | 95 |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> ..... | 98 |
| 5.1 Kesimpulan.....                     | 98 |
| 5.2 Saran.....                          | 99 |
| 5.2.1 Saran Teoritis.....               | 99 |
| 5.2.2 Saran Praktis.....                | 99 |



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 4.1 Tampilan Twitter.....                                       | 48 |
| Gambar 4.2 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....             | 51 |
| Gambar 4.3 Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....        | 51 |
| Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... | 52 |
| Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Mengikuti.....     | 53 |



## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....                        | 8  |
| Tabel 3.1 Oprasionalisasi Konsep.....                      | 43 |
| Tabel 4.1 Uji Validitas dan Reliablitas Penerima (X1)..... | 56 |
| Tabel 4.1 Uji Validitas dan Reliablitas Penerima (X2)..... | 57 |
| Tabel 4.1 Uji Validitas dan Reliablitas Penerima (X3)..... | 59 |
| Tabel 4.1 Uji Validitas dan Reliablitas Penerima (X4)..... | 60 |
| Tabel 4.1 Uji Validitas dan Reliablitas Penerima (X5)..... | 61 |
| Tabel 4.1 Uji Validitas dan Reliablitas Penerima (X6)..... | 63 |
| Tabel 4.1 Kefektifan Pengetahuan Penerima (X1_1) .....     | 65 |
| Tabel 4.1 Kefektifan Pengetahuan Penerima (X1_2) .....     | 65 |
| Tabel 4.1 Kefektifan Pengetahuan Penerima (X1_3) .....     | 66 |
| Tabel 4.1 Aspek Kognitif (X2_1) .....                      | 68 |
| Tabel 4.1 Aspek Kognitif (X2_2) .....                      | 69 |
| Tabel 4.1 Aspek Kognitif (X2_3) .....                      | 70 |
| Tabel 4.1 Aspek Kognitif (X2_4) .....                      | 71 |
| Tabel 4.1 Aspek Kognitif (X2_5) .....                      | 71 |
| Tabel 4.1 Aspek Kognitif (X2_6) .....                      | 72 |
| Tabel 4.1 Ketepatan Waktu(X3_1) .....                      | 74 |
| Tabel 4.1 Ketepatan Waktu(X3_2) .....                      | 75 |
| Tabel 4.1 Ketepatan Waktu(X3_3) .....                      | 76 |
| Tabel 4.1 Media(X4_1).....                                 | 77 |
| Tabel 4.1 Media(X4_2).....                                 | 78 |
| Tabel 4.1 Media(X4_3).....                                 | 79 |
| Tabel 4.1 Media(X4_4).....                                 | 79 |
| Tabel 4.1 Format(X5_1).....                                | 82 |
| Tabel 4.1 Format(X5_2).....                                | 82 |
| Tabel 4.1 Format(X5_3).....                                | 83 |

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Tabel 4.1 Format(X5_4).....          | 84 |
| Tabel 4.1 Sumber(X6_1).....          | 86 |
| Tabel 4.1 Sumber(X6_2).....          | 86 |
| Tabel 4.1 Sumber(X6_3).....          | 87 |
| Tabel 4.1 Statistik Deskriptif ..... | 89 |

