



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Broadcasting*  
Reza Dermawan  
441112110042

Efek Media Sosial *twitter* @nebengers atas pembentukan rasa aman dan nyaman dalam komunitas berbagi kendaraan.

Jumlah halaman : 81 halaman + 17 lampiran

## **ABSTRAK**

*Nebengers* adalah sekelompok orang yang berkomunitas yang berbagi kursi di kendaraannya untuk orang lain yang mempunyai tujuan ke lokasi atau kearah yang sama, *Nebengers* berlatar belakang berbagi tumpangan kendaraan. Komunitas ini dibuat dengan format yang cukup mudah, yaitu dengan menggunakan media sosial *twitter*.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui apakah efek media sosial *twitter* dapat memberikan rasa aman dan nyaman dalam komunitas berbagi kendaraan (*nebengers*). Dengan menggunakan landasan teori efek media massa yang ditemukan oleh *Schramm*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survey dengan mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

Hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 63 orang dari 100 responden atau 63% menyatakan setuju bahwa media daring seperti *twitter* dapat mempengaruhi perilaku penggunanya. Dan sebanyak 64 orang menyatakan setuju *twitter* @nebengers memberikan informasi yang jelas mengenai berbagi kendaraan secara jelas. Kemudian dapat disimpulkan juga bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 57 orang menyatakan setuju bahwa *twitter* @nebengers memberikan informasi yang jelas mengenai komunitas sesuai wilayah.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa seluruh responden pada penelitian ini positif terhadap efek media sosial *twitter*.