



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Komunikasi  
Renaldy Luckiditya  
44218010008

## ABSTRAK

Informasi menjadi suatu kebutuhan yang selalu diperlukan bagi masyarakat. Dalam menyampaikan informasi mengenai perusahaan melalui *website*, seorang *Cyber Public Relations* perlu memastikan bahwa informasi yang dipublikasikannya dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Grab merupakan perusahaan berbasis aplikasi *online* yang menyediakan berbagai macam jenis layanan untuk kebutuhan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa tinggi efektivitas konten website Grab sebagai pemenuh kebutuhan informasi perusahaan bagi masyarakat Kota Tangerang Selatan.

*Teori uses and gratification* merupakan pengembangan dari teori atau model jarum hipodermik. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media sebagai pemeran utama bebas untuk memilih dan menggunakan suatu media. Dengan kata lain pengguna media adalah pihak aktif dalam proses Komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari media mana yang paling efektif dalam usaha memenuhi kebutuhannya.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat Kota Tangerang Selatan. Sampel yang diambil yaitu sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik *Random Sampling*. Penelitian ini memiliki satu variabel, yaitu konten *Website* Grab.

Dari hasil analisis data yang dilakukan, menunjukkan bahwa terdapat tingkat efektivitas yang tinggi diperoleh melalui penggunaan konten website Grab sebagai pemenuh kebutuhan informasi oleh masyarakat Kota Tangerang Selatan. Keefektifan konten *website* Grab dalam memenuhi kebutuhan informasi bagi Masyarakat Kota Tangerang Selatan telah terbukti melalui pengukuran total kedelapan indeks rata-rata yang mencapai angka 4,51 yang masuk dalam kategori sangat efektif, yaitu 4,20 – 5,00.

**Kata Kunci:** Efektivitas Konten *Website*, Grab, Pemenuh Kebutuhan Informasi