



**PENGARUH SOSIAL MEDIA TWITTER TERHADAP MINAT  
BERINTERAKSI ONLINE ANTAR REMAJA**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Starata Satu (S-1)

Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun oleh:  
**Annisa**

**44217110082**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2021**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Annisa  
NIM : 44217110082  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **“Pengaruh Sosial Media Twitter Terhadap Minat Berinteraksi Online Antar Remaja”** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

UNIVERSITAS  
Jakarta, 13 Agustus 2021  
MERCU BUANA  
Yang membuat pernyataan,



(Annisa)

Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi

( Ida Anggraeni Ananda, SS, M.Si )

( Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom )



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

Nama : Annisa  
NIM : 44217110082  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul : Pengaruh Sosial Media Twitter Terhadap Minat Berinteraksi Online  
Antar Remaja



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Jakarta, 13 Agustus 2021

Mengetahui,

Pembimbing

( Ida Anggraeni Ananda, SS, M.Si )



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA


**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR**

Nama : Annisa  
NIM : 44217110082  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul : Pengaruh Sosial Media Twitter Terhadap Minat Berinteraksi Online  
Antar Remaja




Jakarta, 21 Agustus 2021

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Ketua Sidang : Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si (  ..... )

Penguji Ahli : Dr. A Rahman, MM, M.Si (  ..... )

Pembimbing : Ida Anggraeni Ananda, SS, M.Si (  ..... )



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR**

Judul : Pengaruh Sosial Media Twitter Terhadap Minat Berinteraksi Online  
Antar Remaja

Nama : Annisa  
NIM : 44217110082  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 21 Agustus 2021

Disetujui dan diterima oleh,

UNIVERSITAS

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing

( Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom )

( Ida Anggraeni Ananda, SS, M.Si )

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

( Dr. Ely Yuliawati, M.Si )

( Dr. Farid Hamid, M.Si )



**Universitas Mercu Buana**

**Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Bidang Studi Public Relations**

**Annisa**

**44217110082**

**Pengaruh Sosial Media Twitter Terhadap Minat Berinteraksi Online Antar Remaja**

**(Survei pada mahasiswa reguler 1 angkatan 2019 jurusan Public Relations Universitas Mercu Buana)**

**Jumlah Halaman : 143 halaman**

**Bibliografi : 19 Buku + 3 Jurnal**

### **ABSTRAK**

Media sosial Twitter kini sangat marak digunakan oleh banyak orang untuk berkomunikasi, mengirim pesan, berbagi, dan untuk mencari data atau informasi. Hal ini dimanfaatkan oleh berbagai macam kalangan remaja untuk meningkatkan minat berinteraksi.

Penelitian ini menggunakan landasan teori intrapersonal yang menjelaskan aktivitas individu yang sedang berfikir, berbicara, dan menulis untuk dirinya sendiri, seringkali bertujuan untuk menjelaskan ide-ide atau menganalisis situasi.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode penelitian survei dan menyebarkan data melalui kuesioner dengan 28 pernyataan dan disebarkan ke 63 responden di mahasiswa reguler 1 angkatan 2019 jurusan Public Relations Universitas Mercu Buana.

Berdasarkan hasil penelitian variabel sosial media Twitter berpengaruh positif terhadap minat berinteraksi online antar remaja di kalangan mahasiswa reguler 1 angkatan 2019 jurusan Public Relation Universitas Mercu Buana. Media sosial Twitter mempunyai pengaruh sebesar 76,8% variasi terhadap minat berinteraksi remaja. Menunjukkan koefisien sebesar 0,876 dan hasil signifikansi dari uji korelasi yaitu sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Variabel media sosial Twitter terhadap interaksi remaja mempunyai  $T_{hitung}$  yaitu 14,219 dengan  $T_{tabel}$  yaitu 1,99962. Jadi  $T_{hitung} > T_{tabel}$  dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial Twitter (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan.

**Kata Kunci** : Media sosial Twitter, Minat Berinteraksi Online Antar Remaja, dan Metode Penelitian Survei.



**Mercu Buana University**

**Faculty of Communication**

**Major of Public Relations**

**Annisa**

**44217110082**

**The Influence of Social Media Twitter on Interest in Interacting Online Between Teenagers**

**(Survey on regular students 1 class of 2019 majoring in Public Relations Mercu Buana University)**

**Pages : 143 Pages**

**Bibliography : 19 Books + 3 Journals**

*Abstract*

*Social media Twitter is now widely used by many people to communicate, message, share, and to search for data or information. This is used by various teenagers to increase interest in interacting.*

*This study uses the foundation of Intrapersonal Communication theory that explains the activities of individuals who are thinking, speaking, and writing, for themselves, often aiming to explain ideas or analyze situations.*

*The research approach used in this study is quantitative with explanative research methods and disseminates data through questionnaires with 28 statements and disseminated to 63 respondents in regular students 1 class of 2019 majoring in Public Relations Mercu Buana University.*

*Based on the results of research on social media variables Twitter positively influenced the interest in interacting online between teenagers among regular students 1 class of 2019 majoring in Public Relations Mercu Buana University. Twitter's social media has a 76.8% variation on teens' interaction interests. Shows a coefficient of 0.876 and the significance of the correlation test is 0.000 where the value is less than 0.05. Twitter's social media variable on teen interactions has Thitung which is 14,219 with Ttabel which is 1.99962. So Thitung > Ttabel can be concluded that the use of social media Twitter (X) has a positive and significant influence.*

**Key Words** : *Social Media Twitter, Interest in Interacting Online Between Teenagers, and Survey Research Method.*

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah, puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah merahmati setiap derap langkah kita untuk tetap berjalan dalam kebaikan. Shalawat dan salam tak lupa saya panjatkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW.

Dalam penyusunan proposal penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar strata 1 (S-1) Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Public Relations Universitas Mercu Buana.

Dalam penyelesaian Skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Sosial Media Twitter terhadap Minat Berinteraksi Online Antar Remaja”** peneliti banyak sekali mendapatkan bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penelitian ini serta penulisan Skripsi ini antara lain:

1. Ibu Ida Anggraeni Ananda, SS. M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, pikiran, dan tenaganya untuk memberikan bimbingan, saran, dan pengetahuan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si. selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom Selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana yang telah membantu peneliti dalam memproses persyaratan sidang akhir.
4. Segenap Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang sudah memberikan ilmunya kepada peneliti selama proses perkuliahan.
5. Terima yang sebesar-besarnya kepada orang tua Bapak Indra Jaya dan Ibu Meisuri Lumban Tobing, karena perjuangan, kerja keras dan doanya, serta semangat yang selalu diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada Deborah Fransiska yang telah membantu dalam segala hal serta meyakinkan saya untuk menyelesaikan S1 ini.



7. Terima kasih kepada sahabat terdekat sekaligus teman seperjuangan penelitian, yaitu Meylia, Puput, Regina, Jeni, Stefanny, Fina, dan Nisa yang telah memberikan dorongan serta motivasi dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Terima kasih kepada Lia, Gita, Flora, Glorya, dan Putri yang telah menemani saya dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Terima kasih kepada Tyrza, Marini, dan Tiara yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Terima kasih kepada Noval Suri Salim yang selalu ada dalam mendengarkan segala keluhan dan juga selalu bersedia memberikan masukan selama masa pengerjaan skripsi ini.
11. Kepada teman-teman jurusan Public Relations angkatan 2017 yang senantiasa selalu memberi motivasi, canda, dan tawa.
12. Kepada teman-teman yang telah memberikan semangat dan menemani peneliti dalam menyelesaikan proposal ini.

Pada akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan menjadi referensi untuk penelitian serupa selanjutnya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan pengetahuan maupun pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Meskipun demikian, penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar. Dengan demikian, penulis menerima segala kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini dengan keterbukaan.

Jakarta, 6 Juli 2021

Annisa

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>Pendahuluan.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Dari Segi Akademis .....	8
1.4.2 Dari Segi Praktis .....	8
<b>Bab II.....</b>	<b>9</b>
<b>Kajian Teori .....</b>	<b>9</b>
2.1. Penelitian Relevan.....	9
2.2. Kajian Teoritis.....	17
2.2.1. Komunikasi.....	17
2.2.2. Tradisi Sosiopsikologis.....	18
2.2.8. Twitter.....	36

2.2.9.	Efek Media Sosial terhadap Minat Interaksi.....	40
2.3.	Kerangka Berpikir.....	43
2.4.	Hipotesis.....	44
<b>Bab III</b> .....		<b>45</b>
<b>Metodologi Penelitian</b> .....		<b>45</b>
3.1	Paradigma Penelitian.....	45
3.2.	Metode Penelitian.....	46
3.2.	Metode Penelitian.....	46
3.3.1.	Populasi.....	46
3.3.2.	Sampel.....	47
3.3.3.	Teknik Sampling.....	49
3.4.	Definisi Konsep dan Operasional Konsep .....	49
3.4.1.	Definisi Konsep .....	49
3.4.2.	Definisi Operasional .....	51
3.5.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	53
3.5.1.	Uji Validitas .....	53
3.5.2.	Uji Reliabilitas .....	57
3.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.6.1.	Data Primer .....	60
3.6.2.	Data Sekunder.....	60
3.7.	Teknik Analisa Data.....	61
3.7.1.	Uji Korelasi (Hubungan) antar Variabel.....	62
3.7.2.	Uji Regresi .....	63
3.8.	Uji Hipotesis (Uji T) .....	64
<b>BAB IV</b> .....		<b>66</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....		<b>66</b>
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	66

4.1.1.	Sejarah Singkat Twitter.....	66
4.1.2.	Interaksi.....	66
4.2.	Hasil Penelitian .....	68
4.2.1.	Data Responden .....	68
4.2.2.	Sosial Media Twitter.....	71
4.2.3.	Interaksi Online.....	92
4.3.	Analisis Data .....	102
4.3.1.	Uji Korelasi.....	102
4.3.2.	Uji Regresi .....	103
4.3.3.	Uji Hipotesis (Uji T) .....	105
4.4.	Pembahasan.....	112
<b>BAB V</b>	.....	<b>119</b>
<b>PENUTUP</b>	.....	<b>119</b>
5.1.	Kesimpulan.....	119
5.2.	Saran.....	120
5.2.1.	Saran Akademis .....	120
5.2.2.	Saran Praktis .....	120
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>121</b>
<b>Lampiran</b>	.....	<b>123</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1.</b> Tabel Perbandingan Penelitian.....	13
<b>Tabel 3.1.</b> Tabel Variabel Operasional.....	52
<b>Tabel 3.2.</b> Tabel Koefisien Validitas.....	54
<b>Tabel 3.3.</b> Tabel Uji Validitas X.....	55
<b>Tabel 3.4.</b> Tabel Uji Validitas Y.....	56
<b>Tabel 3.5.</b> Tabel Tingkat Reliabilitas.....	58
<b>Tabel 3.6.</b> Tabel Uji Reliabilitas Variabel X.....	59
<b>Tabel 3.7.</b> Tabel Uji Reliabilitas Variabel Y.....	59
<b>Tabel 3.8.</b> Tabel Skala Pengukuran Kuesioner.....	62
<b>Tabel 3.9.</b> Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi.....	63
<b>Tabel 4.1.</b> Tabel Jenis Kelamin Responden.....	68
<b>Tabel 4.2.</b> Tabel Usia Responden.....	70
<b>Tabel 4.3.</b> Tabel Lama Menggunakan Media Sosial Twitter Responden.....	69
<b>Tabel 4.4.</b> Twitter sebagai tempat sharing berita terbaru.....	71
<b>Tabel 4.5.</b> Twitter sebagai tempat mencari berita.....	72
<b>Tabel 4.6.</b> Twitter dapat digunakan untuk mendapatkan pengetahuan atau informasi terbaru.....	73
<b>Tabel 4.7.</b> Twitter dapat digunakan untuk menemukan thread yang berguna.....	74
<b>Tabel 4.8.</b> Twitter dapat digunakan untuk menemukan thread yang berguna.....	75
<b>Tabel 4.9.</b> Twitter dapat digunakan untuk memperluas relasi pertemanan.....	76
<b>Tabel 4.10.</b> Twitter dapat digunakan untuk mengusir perasaan negatif dengan berbagai cuitan atau tweet lucu.....	77
<b>Tabel 4.11.</b> Dengan menggunakan sosial media Twitter dapat meredakan perasaan negatif.....	78
<b>Tabel 4.12.</b> Dengan menggunakan direct message dapat berkomunikasi secara	

langsung kepada followers atau following.....	79
<b>Tabel 4.13.</b> Twitter dapat digunakan untuk membagikan tweet yang lucu kepada mutual.....	80
<b>Tabel 4.14.</b> Twitter dapat digunakan untuk me-retweet tweet atau cuitan user lain.....	82
<b>Tabel 4.15.</b> Tweet di twitter dapat digunakan untuk mengajak masyarakat melakukan sesuatu yang bermanfaat.....	83
<b>Tabel 4.16.</b> Tweet di twitter dapat digunakan untuk menceritakan masalah yang sedang terjadi di kehidupan sehari-hari.....	84
<b>Tabel 4.17.</b> Tweet di twitter dapat digunakan untuk mengkritik sesuatu.....	85
<b>Tabel 4.18.</b> Tweet di twitter dapat digunakan untuk menyampaikan pendapat terkait saran terhadap permasalahan yang sedang terjadi.....	86
<b>Tabel 4.19.</b> Trending topic di twitter dapat digunakan untuk mendapatkan informasi terupdate.....	87
<b>Tabel 4.20.</b> Twitter menjadi tempat pemberi informasi.....	88
<b>Tabel 4.21.</b> Twitter dapat digunakan untuk mendapatkan informasi para ahli atau tokoh dari akunnya secara langsung.....	89
<b>Tabel 4.22.</b> Twitter dapat digunakan untuk mendapatkan informasi apapun dengan mudah.....	91
<b>Tabel 4.23.</b> Twitter dapat digunakan untuk me-reply cuitan atau tweet user lainnya.....	92
<b>Tabel 4.24.</b> Dengan adanya direct message di twitter membuat pengguna dapat berkomunikasi dengan teman.....	93
<b>Tabel 4.25.</b> Dengan adanya fitur reply membuat pengguna dapat menanggapi thread yang menarik.....	94
<b>Tabel 4.26.</b> Dengan adanya fitur reply di twitter membuat pengguna dapat balas merespon jika ada user Twitter lain yang me-reply cuitan atau tweet.....	95
<b>Tabel 4.27.</b> Direct message di twitter dapat digunakan untuk tempat berkenalan.....	97

<b>Tabel 4.28.</b> Twitter dapat digunakan untuk membicarakan topik menarik.....	98
<b>Tabel 4.29.</b> Twitter dapat digunakan untuk membicarakan atau membahas hal-hal yang sedang update.....	99
<b>Tabel 4.30.</b> Twitter dapat digunakan untuk membahas suatu topik pribadi dengan orang yang baru dikenal.....	100
<b>Tabel 4.31.</b> Pengguna Twitter menjaga kata-kata yang digunakan tetap sopan jika ada tweet atau cuitan yang mengganggu pemikiran.....	101
<b>Tabel 4.32.</b> Tabel Hasil Uji Korelasi.....	103
<b>Tabel 4.33.</b> Tabel Hasil Uji Regresi.....	104
<b>Tabel 4.34.</b> Tabel Hasil Uji T.....	105



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1.</b> Tampilan Profil Twitter.....	3
<b>Gambar 1.2.</b> Capture jumlah followers, following, dan jumlah tweets.....	3
<b>Gambar 1.3.</b> Capture interaksi di media sosial Twitter.....	4
<b>Gambar 1.4.</b> Statistik pengguna media sosial bulan Jan' 2021.....	5
<b>Gambar 2.1.</b> Kerangka Berpikir.....	43
<b>Gambar 3.1.</b> Rumus Taro Yamane.....	48
<b>Gambar 3.2.</b> Rumus Product Moment.....	54
<b>Gambar 3.3.</b> Rumus Alpha Cronbanch.....	57
<b>Gambar 3.4.</b> Rumus Regresi Linear.....	64
<b>Gambar 3.5.</b> Rumus T Hitung.....	65