



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA/I DI TANGERANG DALAM  
MENGAKSES SITUS MALESBANGET.COM**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**DISUSUN OLEH :**

**DHANI PRADIPTA**

**44313010017**

**BIDANG STUDI ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**2016**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **Tingkat Kepuasan Mahasiswa/i DI Tangerang Dalam Mengakses Situs Malesbanget.com**

Nama : Dhani Pradipta

NIM : 44313010017

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, Agustus 2017

Mengetahui,

Pembimbing

(Ananta Hari N,S.Sn,M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **Tingkat Kepuasan Mahasiswa/i Di Tangerang Dalam Mengakses Situs Malesbanget.com**

Nama : Dhani Pradipta

NIM : 44313010017

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

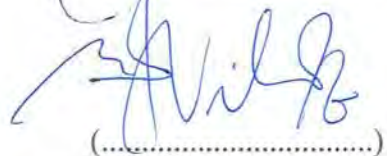
Jakarta, 2 Agustus 2017

Ketua Sidang,  
Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Si



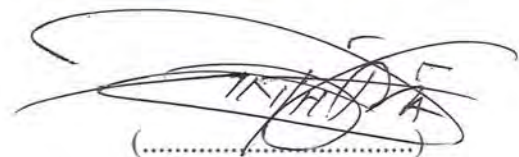
(.....)

Penguji Ahli,  
Niken Restaty M.Si



(.....)

Pembimbing I  
Ananta Hari N, S.Sn, M.Ikom



(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **Tingkat Kepuasan Mahasiswa/i Di Tangerang Dalam Mengakses Situs Malesbanget.com**

Nama : Dhani Pradipta

NIM : 44313010017

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, Agustus 2017

UNIVERSITAS  
Disetujui dan diterima oleh,  
**MERCU BUANA**

**Pembimbing**

(Ananta Hari N, S.Sn, M.Ikom)

**Ketua Bidang Studi  
Advertising & Marcomm**

(Dr. Farid H M.Si)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

(Ponco B. Suhisty, M.Comn, Ph.D)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur selalu dipanjatkan kehadirat Allah SWT, yang dengan kebesaran dan keagungan-Nya telah memberikan begitu banyak anugrah ilmu, rezeki yang berlimpah, kasih dan sayang-Nya kepada seluruh alam, sehingga tak satupun makhluk di dunia ini yang tercipta tanpa makna.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan, dorongan serta saran dan kritik dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penyusun mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Ananta Hari Noorsasetya, S.Sn, M.Ikom selaku dosen pembimbing skripsi dan dosen pembimbing akademik
2. Ayahanda Purwono dan Ibunda Heriyanti yang dengan kasih sayang dan cita kasih yang tulus diberikan kepada penulis sehingga dapat memberikan motivasi dan semangat untuk terus berkarya demi terwujudnya cita-cita yang mulia.
3. Sahabat-sahabat Rizka siregar, Rizki Wiryansyah, Reza Fahmi, Giffary Ahmad dan rekan di Prodi Ilmu Komunikasi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT, memberikan ganjaran yang setimpal atas segala dorongan, bantuan, dukungan, semangat dan keyakinan yang sudah diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Amin.

Jakarta, 19 Desember 2016

Penulis

Dhani Pradipta

NIM. 44313010017



## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	
<b>DAFTAR ISI .....</b>	
<b>BAB 1    PENDAHULUAN.....</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB 2    TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	
2.1 Komunikasi .....	6
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	6
2.1.2 Bentuk Komunikasi .....	8
2.2 Komunikasi Massa .....	9
2.2.1 Karakteristik Komunikasi Massa .....	9
2.3 Media Baru .....	11
2.3.1 Internet.....	12
2.4 Publik .....	14
2.4.1 Komunikasi Maya.....	15
2.5 Teori <i>Uses And Gratification</i> .....	16
2.5.1 Model <i>Uses And Gratification</i> .....	16
2.6 Motif.....	17
2.7 Teori Tentang Kepuasan .....	19
<b>BAB 3    METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	
3.1 Tipe Penelitian.....	21
3.2 Metode Penelitian.....	21
3.3 Populasi Dan Sampel .....	22
3.4 Defenisi Konsep Dan Operasional Konsep.....	24

3.4.1	Definisi Konsep .....	24
3.4.2	Operasional Konsep.....	26
3.5	Validitas Dan Reabilitas.....	31
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.7	Teknik Analisa Data.....	36
<b>BAB 4</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	52
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	52
4.1.2	Visi Dan Misi Perusahaan .....	58
4.1.3	Logo Perusahaan .....	59
4.1.4	Struktur Organisasi.....	61
4.2	Hasil Penelitian .....	66
4.2.1	Karakteristik Responden .....	66
4.2.2	Data Kuesioner.....	69
4.2.3	Uji Korelasi Person .....	101
4.3	Pembahasan.....	102
<b>BAB 5</b>	<b>KESIMPULAN DAN PENUTUP .....</b>	
5.1	Kesimpulan .....	104
5.2	Saran .....	105