



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**EFEKTIVITAS PERTUKARAN INFORMASI
TERHADAP KEPUASAN FOLLOWERS AKUN
TWITTER @COLLEGEMENFESS**

Skripsi

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan
Ampel Surabaya, Guna memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

Ulliyah Azmiah

NIM. B75218087

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA 2021

PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Uliyah Azmiah

NIM : B75218087

Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul Efektivitas Pertukaran Informasi Terhadap Kepuasan Followers Akun Twitter @collegemenfess adalah merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 23 November 2021

A 1000 Rupiah postage stamp is shown with a handwritten signature in black ink over it. The stamp features a portrait of a man and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '1000', and 'METERAI TEMPEL'. The serial number '00B1801X555910481' is visible at the bottom of the stamp.

Uliyah Azmiah
NIM B75218087

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Ulliyah Azmiah
NIM : B75218087
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Efektivitas Pertukaran Informasi Terhadap
Kepuasan Followers Akun Twitter
@collegemenfess

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 23 November 2021

Menyetujui
Pembimbing,



Dr. Ali Nurdin, S.Ag, M.Si
NIP. 197106021998031001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

EFEKTIVITAS PERTUKARAN INFORMASI TERHADAP
KEPUASAN FOLLOWERS AKUN TWITTER
@COLLEGEMENFESS

SKRIPSI

Disusun Oleh
Ulliyah Azmiah
B75218087

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
Pada tanggal 29 Desember 2021

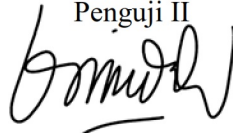
Tim Penguji

Penguji I



Dr. Ali Nurdin, S.Ag. M.Si
NIP. 197106021998031001

Penguji II



Dr. Hj. Lilik Hamidah, S.Ag. M.Si
NIP. 197312171998032002

Penguji III



Muchlis, S.Sos.I. M.Si
NIP. 197911242009121001

Penguji IV



Advan Navis Zubaidi, S.ST., M.Si
NIP. 198311182009011006



Surabaya, 29 Desember 2021

Dekan,

Dr. H. Abdul Halim, M.Ag
NIP. 196307251991031003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ulliyah Azmiah
NIM : B75218087
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Ilmu Komunikasi
E-mail address : ulliyahazmiah@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Efektivitas Pertukaran Informasi Terhadap Kepuasan Followers Akun Twitter @collegemenfess

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 Januari 2022

Penulis

(Ulliyah Azmiah)

ABSTRAK

Ulliyah Azmiah, NIM. B75218087, 2021. Efektivitas Pertukaran Informasi Terhadap Kepuasan Followers Akun Twitter @collegemenfess.

Kata Kunci: *Efektivitas, Pertukaran Informasi, Kepuasan*

Manusia sebagai makhluk sosial pastilah membutuhkan informasi dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu media yang populer untuk informasi dunia maya adalah media sosial Twitter. Begitupun pada akun Twitter @collegemenfess yang hadir guna menyediakan wadah diskusi atau pertukaran informasi mengenai seputar dunia perkuliahan bagi seluruh mahasiswa di Indonesia.

Ada dua persoalan yang dikaji dalam penelitian ini, yaitu: (1) Adakah efektivitas pertukaran informasi terhadap kepuasan followers akun twitter @collegemenfess, (2) Jika ada, sejauh mana tingkat efektivitas pertukaran informasi terhadap kepuasan followers akun twitter @collegemenfess. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan efektivitas pertukaran informasi terhadap kepuasan followers akun twitter @collegemenfess dan sejauh mana tingkat efektivitasnya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelatif. Hasil penelitian ini adalah Sig.(2-tailed) < 0,05 (0,000 < 0,05). Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan nilai pearson correlation (r_{hitung}) adalah 0,761 yang dibandingkan dengan taraf signifikansi 5% untuk 400 responden adalah 0,098 yang berarti ada pengaruh atau ada korelasi positif antara pertukaran informasi dengan kepuasan followers akun Twitter @collegemenfess. Nilai koefisien korelasi yang didapat sebesar 0,761 yang berarti memiliki tingkat hubungan yang kuat.

ABSTRACT

Ulliyah Azmiah, NIM. B75218087, 2021. Effectiveness of Information Exchange on the Satisfaction of Followers Twitter Account @collegemenfess.

Keywords: Effectiveness, Information Exchange, Satisfaction

Humans as social beings definitely need information in everyday life. One of the popular media for cyberspace information is Twitter social media. Likewise on the Twitter account @collegemenfess who was present to provide a forum for discussion or exchange of information about the world of lectures for all students in Indonesia.

There are two issues examined in this study, namely: (1) Is there an effectiveness of information exchange on the satisfaction of followers of the @collegemenfess twitter account, (2) If so, what is the level of effectiveness of the exchange of information on the satisfaction of followers of the @collegemenfess twitter account. The purpose of this study was to determine and explain the effectiveness of information exchange on the satisfaction of followers of the @collegemenfess twitter account and the extent of its effectiveness.

The method used in this research is a quantitative approach with the type of correlative research. The result of this research is Sig.(2-tailed) < 0.05 (0.000 < 0.05). So H₀ is rejected and H_a is accepted, with the Pearson correlation value (r_{count}) is 0.761 which is compared to the 5% significance level for 400 respondents is 0.098, which means that there is an influence or there is a positive correlation between the exchange of information and the satisfaction of followers of the Twitter account @collegemenfess. The correlation coefficient value obtained is 0.761 which means it has a strong relationship level.

مستخلص البحث

العليا العازمية ، نيم. ب٧٨٠٨١٢٥٧, ١٢٠٢. فعالية تبادل المعلومات في إرضاء المتابعين على حساب تويتر @collegemenfess .

الكلمات المفتاحية: الفاعلية ، تبادل المعلومات ، الرضا

يحتاج البشر ككائنات اجتماعية بالتأكد إلى المعلومات في الحياة اليومية. يعد تويتر أحد وسائل الإعلام الشائعة للحصول على معلومات حول الفضاء الإلكتروني. وبالمثل على حساب تويتر @collegemenfess الذي كان حاضرًا لتوفير منتدى للمناقشة أو تبادل المعلومات حول عالم المحاضرات لجميع الطلاب في إندونيسيا.

هناك مسألتان تمت دراستهما في هذه الدراسة وهما: (١) هل توجد فعالية لتبادل المعلومات على إرضاء متابعي حساب @collegemenfess على تويتر ، (٢) إذا كان الأمر كذلك ، فما هو مستوى فعالية تبادل المعلومات؟ على إرضاء متابعين حساب تويتر @collegemenfess. كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد وشرح فعالية تبادل المعلومات على مستوى رضا متابعي حساب تويتر @collegemenfess ومدى فعاليته.

المنهج المستخدم في هذا البحث هو منهج كمي مع نوع البحث المترابط. نتيجة هذا البحث المترابط. نتائج هذه (٠). لذلك يتم رفض ح٠ ويتم قبول ح١ ، حيث تبلغ قيمة ارتباط بيرسون ١٦٧.٠ مقارنة بمستوى الأهمية ٥٪ ل٠٠٤. مستجيب هو ٠. ٨٩٠ ، مما يعني وجود تأثير أو وجود علاقة إيجابية بين التبادل. من المعلومات ورضا متابعي حساب تويتر @collegemenfess. قيمة معامل الارتباط التي تم الحصول عليها هي ١٦٧.٠ مما يعني أن لها مستوى علاقة قوي.

Daftar Isi

Judul Penelitian	
Persetujuan Dosen Pembimbing	i
Pengesahan Tim Penguji	ii
Motto dan Persembahan	iii
Pernyataan Otentisitas Skripsi	iv
Abstrak	v
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Definisi Operasional	11
F. Sistematika Pembahasan.....	15
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	16
A. Kajian Pustaka.....	16
1. Pengertian Pertukaran Informasi.....	16
2. Pengertian dan Karakteristik Media Sosial	17
3. Pengertian Kepuasan	20
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	22

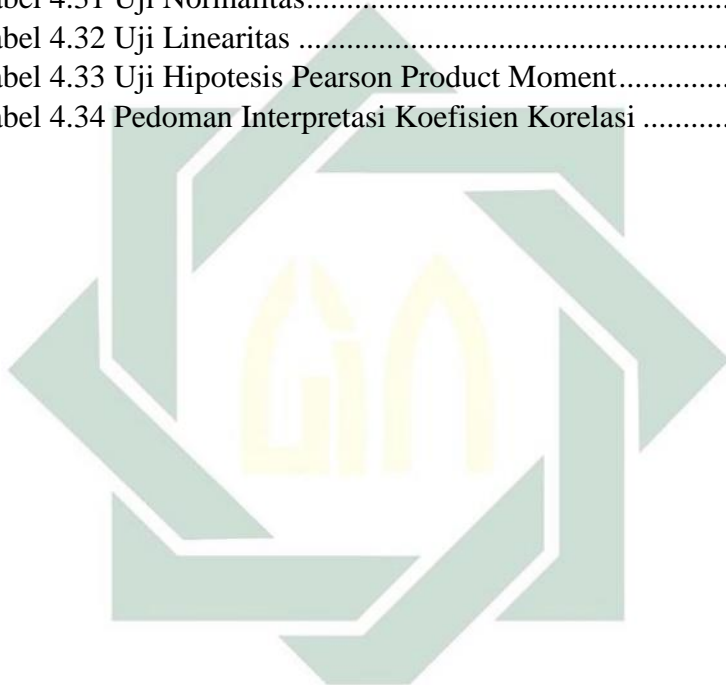
5. Indikator Kepuasan Pengguna Media Sosial	23
B. Kajian Teori.....	23
1. Teori Uses & Gratifications	23
C. Kerangka Pikir Penelitian.....	25
D. Pertukaran Informasi Dalam Perspektif Islam	26
E. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	29
F. Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	36
B. Lokasi Penelitian	37
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	37
1. Populasi	37
2. Sampel.....	38
3. Teknik Sampling.....	39
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	40
E. Tahap-Tahap Penelitian.....	41
F. Teknik Pengumpulan Data.....	44
G. Teknik Validitas Instrumen Penelitian.....	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Reliabilitas	54
H. Teknik Analisa Data.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	57
1. Demografi Responden.....	57
B. Penyajian Data.....	60

1. Uji Validitas	60
2. Uji Reliabilitas	61
3. Data Efektivitas Pertukaran Informasi dengan Kepuasan Followers	62
C. Pengujian Hipotesis	109
1. Uji Prasyarat.....	109
2. Uji Pearson Product Moment.....	112
D. Pembahasan Hasil Penelitian	116
1. Perspektif Teoritis	116
2. Perspektif Keislaman	119
BAB V PENUTUP.....	123
A. Simpulan	123
B. Saran dan Rekomendasi	124
C. Keterbatasan Penelitian	125
Daftar Pustaka	127
Biografi Peneliti	134

Daftar Tabel

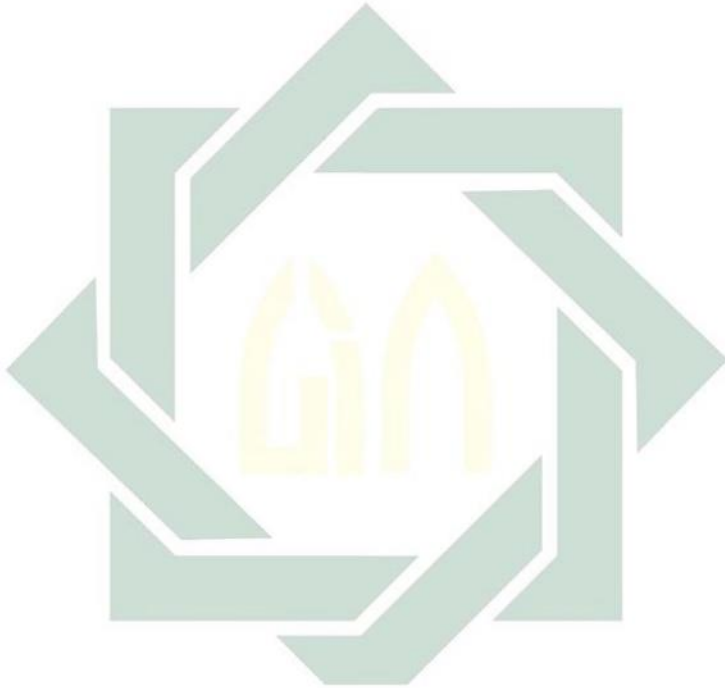
Tabel 3.1 Teknik Pengumpulan Data.....	46
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Pertanyaan	488
Tabel 3.3 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	56
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	58
Tabel 4.2 Tingkatan Semester Responden.....	58
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.5 Data Keseluruhan Jawaban Variabel Pertukaran Informasi (X).....	62
Tabel 4.6 Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 1	76
Tabel 4.7 Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 2	77
Tabel 4.8 Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 3	78
Tabel 4.9 Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 4	79
Tabel 4.10 Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 5	79
Tabel 4.11 Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 6 ...	80
Tabel 4.12 Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 7 ...	81
Tabel 4.13 Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 8 ...	82
Tabel 4.14 Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 9 ...	83
Tabel 4.15 Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 10 ..	83
Tabel 4.16 Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 11 ..	84
Tabel 4.17 Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 12 ..	85
Tabel 4.18 Data Keseluruhan Jawaban Variabel Kepuasan Followers (Y).....	85
Tabel 4.19 Jawaban Responden Pada Butir Soal 13	99
Tabel 4.20 Jawaban Responden Pada Butir Soal 14.....	100
Tabel 4.21 Jawaban Responden Pada Butir Soal 15	101
Tabel 4.22 Jawaban Responden Pada Butir Soal 16.....	102
Tabel 4.23 Jawaban Responden Pada Butir Soal 17	103
Tabel 4.24 Jawaban Responden Pada Butir Soal 18.....	104
Tabel 4.25 Jawaban Responden Pada Butir Soal 19.....	104

Tabel 4.26 Jawaban Responden Pada Butir Soal 20	105
Tabel 4.27 Jawaban Responden Pada Butir Soal 21	106
Tabel 4.28 Jawaban Responden Pada Butir Soal 22	107
Tabel 4.29 Jawaban Responden Pada Butir Soal 23	107
Tabel 4.30 Jawaban Responden Pada Butir Soal 24	108
Tabel 4.31 Uji Normalitas.....	110
Tabel 4.32 Uji Linearitas	112
Tabel 4.33 Uji Hipotesis Pearson Product Moment.....	113
Tabel 4.34 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	114



Daftar Gambar

Gambar 1.1 Media Populer Di Indonesia	2
Gambar 1.2 Profil Autobase @collegemenfess	7
Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian	26
Gambar 3.1 Tampilan Kuesioner	45



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi dan komunikasi yang bersifat dinamis dan terus berkembang kini dapat dikatakan memiliki kemajuan yang cepat dan tidak terduga, salah satu yang termasuk didalamnya adalah internet. Latar belakang terciptanya internet berawal karena mahalannya pengaksesan data dari perangkat keras komputer. Program riset dengan nama ARPANET dilakukan untuk mengetahui solusi dalam menghubungkan beberapa perangkat keras (komputer) yang kemudian akan membentuk jaringan organik yang dilaksanakan oleh Departemen Pertahanan Amerika, U.S. *Defense Advanced Research Projects Agency* (DARPA) pada tahun 1969.¹ Riset tersebut telah membuahkan hasil pada tahun 1970, dibuktikan dengan keberhasilan terbentuknya jaringan sehingga seseorang dapat berkomunikasi satu sama lain oleh penghubungan lebih dari 10 komputer.

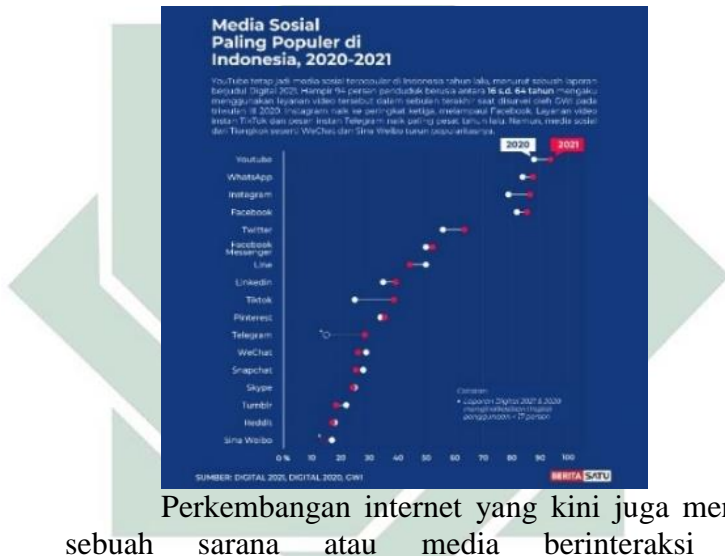
Peningkatan penggunaan internet juga tak pelak meningkat drastis. Pada awal tahun 2021, sejumlah 175,4 juta jiwa telah menggunakan internet dari total populasi 272,1 juta penduduk Indonesia.² Dengan total pengguna tersebut, posisi Indonesia yang berada di

¹ Shiefti Dyah Alyusi, *Media Sosial: Interaksi, Identitas Dan Modal Sosial*, ed. by R.A. Gusti, Ke-1. (Jakarta: KENCANA, 2016), 2.

² Kominfo. 'KADIS KOMINFO SULSEL HADIRI PEMBUKAAN SERTIFIKASI KOMPETENSI BIDANG TEKNISI PONSEL'. Diakses pada 3 Oktober 2021 pada <https://kominfo.sulselprov.go.id/post/kadis-kominfo-sulsel-hadiri-pembukaan-sertifikasi-kompetensi-bidang-teknisi-ponsel>

bawah Kazakhstan dan di atas Vietnam menempati urutan ke-15 diantara negara-negara Asia.³ Sedangkan untuk penggunaan media sosial, yang termasuk dalam 5 besar media sosial populer di Indonesia yaitu Youtube, WhatsApp, Instagram, Facebook, dan Twitter.⁴

Gambar 1.1
Media Populer Di Indonesia



Perkembangan internet yang kini juga menjadi sebuah sarana atau media berinteraksi dan berkomunikasi yang cepat dan efektif seringkali juga digunakan sebagai media penyebaran informasi. Perpindahan penyebaran informasi dari media

³ Viva Budy Kusnandar, *Penetrasi Internet Indonesia Urutan Ke-15 Di Asia Pada 2021*, diakses pada 15 September 2021 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/29/masyarakat-ri-paling-banyak-gunakan-internet-untuk-berkomunikasi>

⁴ Yudo Dahono, *Data: Ini Media Sosial Paling Populer Di Indonesia 2020-2021*, diakses pada 15 September 2021 dari <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>

tradisional menuju media digital saat ini menjadikan internet termasuk dalam media baru atau *new media* yang tidak dapat dihindari atau diabaikan.⁵

Di Indonesia sendiri, pengguna internet sudah menganggap internet layaknya salah satu kebutuhan primernya. Pembahasan mengenai internet pastilah akan selalu menyeret adanya media sosial. Penggunaan media sosial pun tidak jauh beda dengan penggunaan internet, yaitu sedang marak digunakan.

Menurut Mangold & Faulds, media sosial merupakan salah satu media yang populer untuk informasi dunia maya. Media sosial adalah "komunikasi yang dibuat pengguna" yang mewakili sumber informasi.⁶ Media sosial merupakan salah satu produk media yang selalu beriringan dengan kehidupan sehari-hari manusia. Dengan kehadiran sosial media di kehidupan sehari-hari nyatanya sangat membantu masyarakat dalam berbagai aspek, seperti halnya dalam aspek ekonomi, hadirnya akan media sosial sangat membantu masyarakat dalam memperoleh pendapatan atau biaya hidup. Begitu juga dalam aspek sosial sangat membantu dalam mendapat atau menyampaikan informasi, atau bahkan berkomunikasi satu dengan yang lain. Hal tersebut didukung dengan adanya kecanggihan teknologi saat ini dan juga mudahnya pengaksesan jaringan internet. Penyediaan fasilitas *chatting* oleh situs jejaring sosial tersebut membuka kesempatan bagi

⁵ Burhanuddin. "Pengaruh Media Sosial Twitter @LowkerPKU Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Bagi Followes". *Jom FISIP*, vol. 2, no. 2, 2015, 3. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFISIP/article/view/5862>

⁶ Eliot Simangunsong. "Social Media & Internet: A Study in Start Up Companies". *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 2016, 146.

seseorang untuk membangun hubungan pertemanan melalui komunitas-komunitas *online* yang ada di dunia maya.⁷

Jejaring sosial sendiri diartikan sebagai situs *web page* pribadi yang terhubung dengan teman dari berbagai macam dunia untuk berinteraksi dan berkomunikasi. Keunikan dari jejaring sosial tidak hanya dapat menjadikan seseorang bertemu dengan orang asing, namun juga dapat menjadikan para penggunanya saling terkoneksi dan mengamati jaringan sosial media masing-masing. Seperti yang telah disebutkan juga sebelumnya, jejaring sosial yang juga termasuk dalam *new media* memudahkan masyarakat untuk mengakses berita *online*, suatu majelis dan kegiatan bertukar pikiran, pencarian informasi, dan peluang pendirian kelompok tertentu.⁸

Dinyatakan oleh Hermawan Kertajaya, komunitas adalah sekumpulan individu yang memiliki kepedulian lebih satu dengan lainnya dan mengalami terjadinya jalinan pribadi yang kuat antara sesama individu karena adanya kesamaan minat atau ketertarikan dan nilai terhadap sesuatu.⁹ Sekelompok orang tersebut yang berinteraksi secara *online*, yang mengalami proses komunikasi dan pertukaran informasi melalui jejaring sosial atau media sosial ini dikenal dengan istilah komunitas virtual.¹⁰

Pertukaran informasi yang terjadi disebabkan oleh adanya kebutuhan individu, baik kebutuhan jasmani maupun kebutuhan rohani. Salah satunya adalah

⁷ Alyusi, *Media Sosial...*, 5.

⁸ Burhanuddin, *Pengaruh Media Sosial Twitter...*, 3-4.

⁹ Burhanuddin, *Pengaruh Media Sosial Twitter...*, 3-4.

¹⁰ Alyusi, *Media Sosial...*, 6.

kebutuhan informasi. Karena adanya kebutuhan tersebut, maka untuk memenuhi kebutuhannya dan mencapai kepuasan atas hal itu individu akan memulai interaksi dan bertukar informasi.

Berbicara mengenai informasi, informasi pastilah selalu dibutuhkan oleh masyarakat sebagai penunjang kehidupan serta pemenuhan kebutuhannya. Karena adanya tuntutan untuk memenuhi kebutuhannya dan juga menambah pengetahuannya, maka timbullah rasa ingin tahu. Ketika seseorang mengalami kesenjangan informasi atau kurangnya pengetahuan akan suatu hal, maka orang tersebut akan merasa membutuhkan informasi dan harus dipenuhi atau dipuaskan.¹¹ Kebutuhan informasi tiap individu maupun kelompok berbeda-beda, maka dari itu perilaku informasi yang akan ditimbulkan nantinya juga berbeda.

Blumer dan Katz dalam teori *Uses and Gratifications* menyatakan bahwasanya pelaku media atau *User* berperan aktif sebagai penentu penggunaan media atau dengan kata lain dalam usaha memenuhi kebutuhannya, seorang pengguna media berupaya mencari sumber terbaik menurut versinya.¹²

Teori *Uses and Gratifications* yang merupakan perpanjangan dari teori kebutuhan dan motivasi oleh Abraham Maslow (1970), menyatakan bahwa kebutuhan konkret atau kebutuhan fisik untuk bertahan hidup

¹¹ Narenda Aulia Deanawa. "Analisis Kebutuhan Informasi (Information Need Assesment) Lansia Di Kota Surabaya", *Skripsi*, AdIn Perpustakaan Universitas Airlangga, 2016, 13.

¹² Muhammad Agmal. "Efektivitas Komunikasi Grup Facebook Forum Komunikasi BKI FDK UIN Suska Riau Sebagai Sarana Informasi Mahasiswa", *Skripsi*, UIN Suska Riau, 2019, 24. <http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/20674>

hingga kebutuhan abstrak untuk aktualisasi diri secara aktif akan dipuaskan kebutuhannya oleh manusia.¹³

Adanya dorongan kebutuhan-kebutuhan dalam diri, menjadikan khalayak akhirnya terus-menerus memanfaatkan media. Khalayak menjadi lebih gencar dalam mengkonsumsi media. Oleh sebabnya khalayak akan berusaha memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkannya, yang mana dalam penelitian ini yang dimaksud informasi yang dibutuhkan adalah informasi mengenai seputar dunia perkuliahan, dengan memilih media yang diinginkannya.

Twitter merupakan pembaharuan sebuah teks dengan panjang maksimum 140 karakter melalui sebuah *web* atau layanan *mikroblog*, yang dimana pembaharuan teks tersebut dikenal dengan sebutan *tweets*.¹⁴ *Tweets* yang kita kirimkan dapat dilihat dan juga dikomentari oleh *followers* atau pengikut kita, dan begitu pula sebaliknya. Awal mula didirikannya Twitter oleh Jack Dorsey, Kaca Nuh, Biz Stone, dan Evan Williams, berasal dari sebuah penelitian dan pengembangan proyek yang dilakukan di San Fransisco Podcasting perusahaan Odeo pada tahun 2006.¹⁵

Lambat laun fitur dalam twitter tidak hanya dapat mengirimkan *tweets*, namun berkembang dengan hadirnya sistem *retweet* (RT) atau mudahnya menjadi situs “Tanya-Jawab” bagi penggunaannya. Dalam aspek sosial, twitter dinilai cukup cakap karena sanggup menyajikan informasi yang cepat mengenai keberadaan atau kegiatan seseorang melalui *tweetnya*.

¹³ Ansar Suherman. *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*, ed. by Amry Rasyadani, Ke-1. (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 65.

¹⁴ Dominikus Juju and MataMaya Studio. *Twitter*, ed. by Whindy Yoevestian, Ke-1. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009), 2.

¹⁵ Juju and Studio, *Twitter*, 3.

Rulli menyatakan bahwa persamaan Twitter dengan media sosial lainnya yaitu pengguna dapat menjalin interaksi dengan orang lain dari berbagai belahan dunia, menyebarkan atau memperoleh informasi, mempromosikan sesuatu, hingga membahas isu terhangat (*trending topic*) dengan menggunakan tagar (*hashtag*) tertentu.¹⁶

Gambar 1.2
Profil Autobase @collegemenfess



Salah satu akun twitter yang menjadi wadah untuk diskusi dan berbagi informasi yang bermanfaat oleh mahasiswa maupun pelajar di Indonesia adalah akun @collegemenfess.

¹⁶ Annisa Husnusyifa. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Sikap Fanatisme Penggemar (Studi Pada Media Sosial Twitter @BTOBIndonesia Terhadap Sikap Fanatisme Penggemar." *IDEA: Jurnal Humaniora*, vol. 2, no. 2, 2019, 122.

Akun twitter @collegemenfess merupakan *autobase* yang hadir pada tahun 2018 dan dikelola oleh seorang *admin* yang memiliki akun Twitter bernama @RektorColle, yang tumbuh dan berkembang melalui media sosial Twitter dengan mengusung konsep perkuliahan. Nama @collegemenfess sendiri merupakan gabungan dari 2 kata, yakni *college* yang berarti perguruan tinggi atau perkuliahan dan *menfes* yang merupakan singkatan dari *Mention Confession* yang merujuk pada sebuah akun pada media sosial Twitter yang menyediakan jasa pengiriman pesan secara *anonim* dengan menggunakan *bot* atau sistem untuk menjalankan tugas tertentu secara otomatis kepada *follower* dengan tujuan untuk berbagi informasi, meminta saran dan kritik mengenai hal pribadi, menyatakan perasaan terpendam, atau bahkan hanya sekedar bercanda.¹⁷ Akun @collegemenfess hingga kini pada tanggal 18 September 2021 telah mencapai angka kurang lebih 763.292 ribu pengikut atau *followers*. Akun tersebut hadir bertujuan untuk menyediakan wadah bagi mahasiswa Indonesia untuk berkomunikasi, berbagi cerita, informasi, dan berdiskusi tentang kehidupan mahasiswa dan perkuliahan.

Adanya akun tersebut sebagai media pertukaran informasi bagi seluruh mahasiswa di Indonesia, maka hal tersebut dapat menjadi sebuah sarana pemenuhan informasi perkuliahan bagi *followers* akun tersebut untuk mencapai kepuasan atas kebutuhan informasinya. Namun, pada akhir tahun 2019 akun tersebut telah mengalami pergeseran konsep yang awalnya

¹⁷ Tiara Rianita Dearifin, 'Pengaruh Persepsi Anonimitas Terhadap Cyberbullying Melalui Empati Sebagai Variabel Intervening Pada Akun Mention Confession Di Twitter', *Journal Information* (Universitas Airlangga, 2020). 5. <<http://repository.unair.ac.id/93891/>>.

dipergunakan untuk bertukar informasi yang bersifat akademis menjadi lebih sering dipergunakan untuk ajang curhatan pribadi oleh *followersnya*. Hal ini menjadi semakin wajar terjadi karena adanya pandemi *covid-19* pada awal tahun 2020 yang menyebabkan seluruh mahasiswa mengalami proses belajar *daring* atau belajar di rumah masing-masing. Dengan semakin bertambahnya intensitas penggunaan internet oleh seluruh mahasiswa menjadikan mereka lebih sering aktif menggunakan media sosial untuk membagikan keluh kesah kegiatan mereka setiap harinya, tak terkecuali pada akun Twitter @collegemenfess.

Dari fenomena yang telah disebutkan diatas serta adanya pergeseran konsep didalamnya menjadikan penulis ingin mengetahui apakah akun tersebut masih memiliki efektivitas sehingga penulis tergerak melakukan penelitian dengan judul “Efektivitas Pertukaran Informasi Terhadap Kepuasan Followers Akun Twitter @collegemenfess”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dalam penelitian ini terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Adakah efektivitas pertukaran informasi terhadap kepuasan *followers* akun twitter @collegemenfess?
2. Jika ada, sejauh mana tingkat efektivitas pertukaran informasi terhadap kepuasan *followers* akun twitter @collegemenfess?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan efektivitas pertukaran informasi terhadap kepuasan *followers* akun twitter @collegemenfess.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan tingkat efektivitas pertukaran informasi terhadap kepuasan *followers* akun twitter @collegemenfess.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat bermanfaat secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Sebagai bahan masukan, sumbangan pemikiran, serta bahan perbandingan bagi para pengkaji masalah ilmu komunikasi yang berminat meneliti masalah yang sama yakni adanya pertukaran informasi yang termasuk dalam jenis komunikasi massa karena terjadi melalui media sosial dengan *audiens* atau komunikan yang lebih dari 2.
 - b. Berkontribusi dalam bidang komunikasi *broadcasting*, khususnya pengembangan media sosial twitter sebagai salah satu *platform* penyedia informasi.
2. Manfaat Praktis
 - a. Memperkaya penelitian tentang sosial media terutama studi *new media*, dalam hal ini media jejaring sosial seperti Twitter.
 - b. Pembaca akan lebih mudah membagi ataupun mencari informasi yang

- diperlukan mengenai seputar dunia perkuliahan.
- c. Sebagai harapan hasil penelitian dapat menghimpun fakta-fakta mengenai forum diskusi atau *auto base* pada platform media sosial Twitter.
 - d. Sebagai informasi seberapa efektivitas pertukaran informasi melalui akun twitter @collegemenfess terhadap kepuasan followersnya dalam memenuhi kebutuhan informasinya.
 - e. Sebagai harapan untuk jadi masukan terhadap pihak pengurus atau admin akun @collegemenfess.

E. Definisi Operasional

Definisi Operasional adalah pendefinisian atau penjabaran atas variabel-variabel yang diteliti. Definisi operasional mencakup penjelasan atas hal-hal krusial dalam penelitian.

1. Efektivitas Pertukaran Informasi (X)

Efektivitas menurut Etzioni adalah tingkat keberhasilan dalam mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan.¹⁸ Selain dilihat dari sisi produktivitas, sebuah efektivitas juga dapat dilihat dari sisi persepsi individu maupun perubahan sikapnya.¹⁹

¹⁸ Roymond H. Simamora. *Buku Ajar Pendidikan Dalam Keperawatan*, ed. by Estu Tiar, Ke-1. (Jakarta: Buku Kedokteran EGC, 2009), 31.

¹⁹ Roymond H. Simamora, *Buku Ajar Pendidikan...*, 31.

Pertukaran informasi merupakan bagian dari unsur komunikasi. Pertukaran informasi dapat dikatakan sebagai proses untuk mencapai pengertian atau pemahaman yang sama, serta penciptaan perasaan atau pembagian makna atas suatu hal sehingga makna tersebut menjadi milik bersama.²⁰

Maka dapat disimpulkan yang dimaksud dengan efektivitas pertukaran informasi pada penelitian ini adalah merujuk pada keberhasilan dari proses pertukaran informasi yang dilakukan dengan menggunakan media sosial twitter oleh komunitas sosial atau pengikut akun @collegemenfess. Bagaimana proses tersebut akan membuahkan hasil atau mempengaruhi sikap atau perasaan mereka atas terpenuhinya salah satu kebutuhan mereka, dalam hal ini adalah kebutuhan informasi, sehingga para pelaku pertukaran informasi tersebut merasa puas atau bahkan tidak sama sekali. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui adanya proses pertukaran informasi tersebut memiliki efektivitas atau tidak.

Indikator yang digunakan untuk meneliti adanya efektivitas pertukaran informasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Intensitas Penggunaan, adalah seberapa sering dan seberapa lama durasi waktu

²⁰ Desmon Ginting. *Komunikasi Cerdas*, ed. by Rayendra L Toruan, Ke-1. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015), 7-8.

- yang dihabiskan untuk mengakses informasi pada akun @collegemenfess.
- b. Efisiensi, adalah ketepatan akun @collegemenfess sebagai sarana pertukaran informasi.
 - c. Tercapainya tujuan, adalah keberhasilan proses pertukaran informasi melalui akun twitter @collegemenfess.
2. Kepuasan *Followers* Akun Twitter @collegemenfess (Y)

Kepuasan didefinisikan oleh Lovelock dan Wirtz sebagai perubahan sikap yang terjadi karena adanya suatu peristiwa kejadian yang telah dialami atau dihadapi.²¹

Followers berasal dari kata bahasa Inggris yang artinya pengikut. Kata *followers* seringkali berhubungan dengan media sosial. Gampangnya, jika ada seseorang yang mengikuti sebuah akun media sosial, maka orang tersebut akan disebut sebagai *followers*. Dengan mengikutinya, orang tersebut akan dapat melihat postingan *update* informasi yang telah diunggah atau dibagikan oleh akun yang diikuti. Misalnya saja dalam penelitian ini pada akun @collegemenfess, jika seseorang telah mengikutinya, maka pada laman beranda Twitter orang tersebut akan dipenuhi dengan postingan

²¹ Inggang Perwangsa Nuralam. *Etika Pemasar Dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Perbankan Syariah*, ed. by Tim UB Press, Ke-1. (Malang: UB Press, 2017), 58.

akun @collegemenfess mengenai dunia perkuliahan.

Maka dapat disimpulkan yang dimaksud dengan kepuasan *Followers* adalah merujuk pada perubahan emosi *followers* atas kebutuhan informasinya yang terpenuhi melalui kegiatan pertukaran informasi yang dilakukan pada *platform* media sosial Twitter.

Misalnya dalam penelitian ini kepuasan dinilai dari rasa senang atas informasi perkuliahan yang dibutuhkan seseorang terpenuhi. Karena tujuan yang ia tetapkan di awal adalah ia mendapatkan informasi mengenai perkuliahan, maka ketika ia mencapai tujuannya dengan bertukar informasi melalui akun Twitter @collegemenfess ia merasa senang dan puas.

Indikator yang digunakan untuk meneliti kepuasan *followers* pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kemudahan akses, adalah mudahnya menjangkau informasi yang disuguhkan oleh akun @collegemenfess.
- b. Kebebasan hak, adalah kebebasan bagi para *followers* @collegemenfess untuk mengikuti forum diskusi dan menyebarkan informasi pada akun tersebut.
- c. Ketepatan Informasi, adalah keabsahan informasi yang disebarkan melalui akun @collegemenfess.
- d. Terpenuhinya Kebutuhan Informasi Perkuliahan, adalah timbulnya rasa puas

ketika *followers* akun @collegemenfess mendapatkan informasi seputar perkuliahan yang ia butuhkan.

F. Sistematika Pembahasan

Adanya sistematika pembahasan untuk memudahkan pembaca dalam mendapatkan pemahaman atas isi penelitian ini. Berikut sistematika pembahasan dalam penelitian ini:

Bab pertama berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua berisi tentang kajian terdahulu yang relevan, kerangka teori, paradigma penelitian, dan hipotesis penelitian yang mana keseluruhan tersebut membahas tentang kajian kepustakaan tentang efektivitas pertukaran informasi dalam konteks ini mengenai informasi perkuliahan melalui platform twitter, terhadap kepuasan *followers* akun @collegemenfess.

Bab ketiga berisi tentang metode penelitian yang digunakan dalam melakukan penelitian.

Bab keempat berisi tentang penyajian data dan temuan penelitian. Mencakup penjabaran data dan situasi objek penelitian.

Bab kelima adalah penutup yang terdiri dari kesimpulan, saran dan rekomendasi, serta keterbatasan penelitian.

BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Kajian Pustaka

1. Pengertian Pertukaran Informasi

Informasi sudah selayaknya kebutuhan bagi masyarakat saat ini. Mudah-mudahan rasa ingin tahu menjadikan informasi selalu dicari untuk dikonsumsi. Dengan adanya kebutuhan ini pula menjadikan berbagai lembaga maupun platform bekerja aktif sebagai penyedia informasi dan mengelolanya.

Interpretasi oleh TD Wilson mengenai batasan perilaku informasi beserta aspek-aspeknya telah diulas dan dikembangkan oleh Putu Laxman Pendit sebagai berikut:²²

a. Perilaku informasi (*information behavior*)

Adalah perilaku yang berkaitan dengan sumber atau asal informasi, termasuk dengan perilaku pencarian serta penggunaan informasi.

b. Perilaku penemuan informasi (*information seeking behavior*)

Adalah usaha menemukan informasi untuk memenuhi kebutuhan tertentu.

c. Perilaku pencarian informasi (*information searching behavior*)

²² Sandy Yusta Bayquni, Nuning Kurniasih, dan Rully Khairul Anwar, 'Pertukaran Informasi Oleh Mahasiswa Jurusan Ilmu Jurnalistik Melalui Media Kompasiana', *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*, Vol. 3. No. 1 (2015); 73 - 74. <<https://doi.org/10.24198/jkip.v3i1.9490>>.

Merupakan perilaku yang dilibatkan oleh seseorang sewaktu berhubungan dengan sistem informasi.

d. Perilaku penggunaan informasi (*information user behavior*)

Merupakan respon yang timbul saat mencerna dan menyatukan informasi yang telah ditemukan dengan pengetahuan dasar yang telah dimiliki, yang kemudian akan disajikan kembali melalui media sosial yang dikehendaki.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa saat pertukaran informasi terjadi orang lain mungkin saja terlibat dalam proses pencarian informasi tersebut, dan orang yang terlibat dalam proses tersebut dapat membagikan ulang informasi yang telah didapat kepada orang lain atau bahkan menggunakannya untuk dirinya sendiri.

2. Pengertian dan Karakteristik Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial yang termasuk dalam kategori media massa instan ini memang memiliki banyak peran. Kehadiran media sosial yang selalu beriringan dengan kehidupan masyarakat tak elak juga sangat berdampak pada kehidupan masyarakat. Selain berfungsi sebagai salah satu alat untuk berkomunikasi, media sosial juga lumrah digunakan sebagai sarana berbagi atau pertukaran informasi.

Media sosial adalah penghubung antar individu yang merubah bentuk komunikasi satu arah menjadi dialog interaktif dengan menggunakan teknologi berbasis *web*.²³

Pesatnya perkembangan teknologi pastilah mempengaruhi perkembangan media sosial. Mudahnya akses menjadikan salah satu alasan terbesar maraknya penggunaan. Media sosial menyambut siapapun yang tertarik untuk bergabung dan mengajaknya untuk berpartisipasi dengan memberikan *feedback* secara terbuka dengan waktu yang singkat dan tak terbatas.

b. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki beberapa karakteristik khusus, menurut Hadi Purnama diantaranya adalah:²⁴

1) Jangkauan (*Reach*)

Media sosial memiliki daya jangkau yang luas, mulai dari skala yang kecil hingga khalayak global.

2) Aksesibilitas (*Accessibility*)

Media sosial memiliki akses yang sangat mudah oleh publik dengan biaya yang relatif murah dan terjangkau.

3) Penggunaan (*Usability*)

²³ Dhifa Nabila, dkk., *Peradaban Media Sosial Di Era Industri 4.0*, Ke-1 (Malang: PT. Citra Intrans Selaras, 2020), 5.

²⁴ Endah Cahyaningsih, 'Pemilihan Dan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Online Toko Hawa Busana', *EJournal Administrasi Bisnis*, 5.4 (2017), 1451–1452 <ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id>.

Pengguna media sosial tidak memerlukan adanya pelatihan atau kemampuan khusus untuk menggunakannya.

4) Aktualitas (*Immediacy*)

Media sosial dapat memancing respon khalayak dengan cepat.

5) Tetap (*Permanence*)

Media sosial memiliki fitur dapat melakukan proses pengeditan atau mengganti komentar secara instan.

Jenis media sosial yang saat ini marak digunakan diantaranya adalah Instagram, Twitter, dan Facebook. Dengan adanya karakteristik media sosial yang telah disebutkan sebelumnya, media sosial yang paling memenuhi karakteristik tersebut adalah Twitter.

Twitter yang sejak awal hadirnya hingga kini masih *eksis* di antara khalayak dan marak digunakan. Twitter memiliki jangkauan yang merata, hal ini didukung dengan fakta banyaknya selebriti luar negeri yang masih setia menggunakan Twitter sebagai media sosial utama mereka untuk membagikan informasi kesehariannya. Pengaksesan media sosial Twitter sangatlah mudah, seseorang dapat mengaksesnya melalui web tanpa mengunduh aplikasinya terlebih dahulu meskipun pengunduhan dilakukan secara gratis.

Fitur-fitur yang disediakan oleh Twitter juga sangatlah praktis dan inovatif. Dengan

adanya fitur *retweet* dan suka dengan sekali tekan sudah dapat membagikan postingan tersebut ke khalayak luas. Begitu pula dengan adanya fitur senyap yang membantu penggunaannya untuk memfilter postingan atau topik yang mengganggu dan tidak ingin dilihat. Twitter juga menghadirkan adanya fitur *trending topics* yang memudahkan khalayak untuk mengetahui kabar terbaru yang sedang panas dibicarakan saat itu. Fitur-fitur tersebutlah yang membedakan media sosial Twitter dengan sejenisnya, dan menjadikannya lebih istimewa.

3. Pengertian Kepuasan

a. Pengertian Kepuasan

Menurut Kotler dan Keller, kepuasan adalah perubahan emosi seseorang seperti halnya perasaan gembira atau kecewa yang timbul setelah menganalogikan antar persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.²⁵

b. Pengukuran Kepuasan

Pengukuran kepuasan dari Johnson & Yang pada tahun 2009 sebagai berikut:²⁶

1) Kepuasan yang dicari (*gratification sought*) adalah alasan seseorang saat mengkonsumsi media.

Gratification sought adalah kepuasan yang diharapkan oleh seseorang saat

²⁵ Nuralam, *Etika Pemasar dan Kepuasan...*, 58.

²⁶ Maria Christyfera. "Kepuasan Followers Akun Infia _ Fact Dalam Mendapatkan Informasi Pada Akun Infia _ Fact Di Instagram." *Jurnal E-Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya*, vol. 4, no. 1, 2016, 1–10.

menggunakan suatu jenis media tertentu (media sosial, televisi, radio, majalah, koran, dan lain sebagainya). Menurut Palmgreen, *Gratification sought* adalah motif yang mendorong seseorang mengkonsumsi media. *Gratification sought* berasal dari keyakinan seseorang terhadap apa yang ditawarkan media dan penilaian mereka terhadap konten media.

2) Kepuasan yang didapat (*gratification obtained*) adalah tercapainya kepuasan seseorang atas penggunaan media.

Cara pengaktualisasikannya adalah dengan cara menyandingkan nilai mean GO (*gratification obtained*) dan GS (*gratification sought*).

Dalam penelitian ini, GS (*gratification sought*) dapat dilihat dari alasan atau tujuan yang ditetapkan seseorang tersebut saat mengikuti akun Twitter @collegemenfess, yang mana dapat disimpulkan bahwa alasan atau tujuan seseorang mengikuti akun tersebut karena adanya kebutuhan informasi perkuliahan yang ia hendaki.

Ia percaya bahwa jika mengikuti akun tersebut maka ia akan mencapai tujuan yang ia tetapkan yaitu mendapatkan informasi perkuliahan yang ia hendaki. Yang kemudian, saat ia telah mencapai tujuan yang ia tetapkan sebelumnya setelah mengikuti akun Twitter @collegemenfess, yang mana kebutuhan atas informasi perkuliahannya terpenuhi, ia merasa senang dan mendapat

kepuasan atas hal itu. Kepuasan atas hal tersebutlah yang disebut dengan GO (*gratification obtained*).

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Lupiyoadi menyatakan bahwa hal yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan perlu diperhatikan adanya 5 faktor utama sebagai berikut:²⁷

- a. Kualitas Produk
- b. Kualitas Pelayanan
- c. Emosional
- d. Harga
- e. Biaya

Jika dihubungkan dengan penelitian ini, maka kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat dilihat dari evaluasi pengguna yang menunjukkan bahwa media sosial Twitter berkualitas dan fitur yang tersedia sangat membantu pengguna dan memenuhi harapannya. Faktor emosional dapat dilihat dari nilai sosial yang berbentuk keyakinan bahwa tujuan yang ingin dicapai kemungkinan besar akan terpenuhi atau *feedback* yang didapatkan. Dan yang terakhir yakni faktor harga dan biaya, pengguna tidak harus merogoh kantong menghabiskan banyak waktu untuk melakukan proses pertukaran informasi.

²⁷ Nur Ali Ramadhan, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Servis Berkala Pada Dealer Nissan Basuki Rahmat Di Kota Surabaya*. Skripsi. (UIN Maulana Malik Ibrahim, 2013), 20-21.

5. Indikator Kepuasan Pengguna Media Sosial

Beberapa indikator kepuasan pengguna media sosial diantaranya adalah:

a. Pengamatan Lingkungan (Pengawas)

Media dapat membantu pengguna untuk berbagi atau memperoleh informasi maupun pengetahuan yang berguna untuk mengatasi adanya kesenjangan informasi atas suatu hal atau lingkungan sekitar.

b. *Diversi* atau Hiburan

Media dapat digunakan sebagai sarana hiburan atas kepenatan dalam menjalani kegiatan sehari-hari.

c. Identitas Personal

Media dapat digunakan sebagai penguat nilai, penambah keyakinan, serta pemahaman diri.

d. Hubungan Sosial

Media dapat digunakan untuk berinteraksi dengan masyarakat luas.

B. Kajian Teori

1. Teori *Uses & Gratifications*

a. Pengertian Teori *Uses and Gratifications*

Teori *Uses and Gratifications* yang merupakan terusan dari teori kebutuhan dan motivasi oleh Abraham Maslow (1970), menyatakan bahwa kebutuhan konkret atau kebutuhan fisik untuk bertahan hidup hingga kebutuhan abstrak untuk aktualisasi diri secara aktif akan dipuaskan kebutuhannya oleh manusia.²⁸

²⁸ Suherman, *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*, 65.

Katz, Blumer, dan Gurevitch menyatakan bahwa manusia mengkonsumsi media massa disebabkan karena mereka gemar mencari kepuasan. Dalam Liliweri, Katz, dkk. membahas kebutuhan sebagai berikut:²⁹

- 1) Kebutuhan Kognitif
Kebutuhan ini berkaitan mengenai pengetahuan dengan memperkuat informasi serta peka terhadap lingkungan sekitar.
- 2) Kebutuhan Afektif
Kebutuhan ini berkaitan dengan upaya untuk memperkuat pengetahuan-pengetahuan yang bersifat emosional seperti halnya keindahan dan kesenangan.
- 3) Kebutuhan Integrasi Personal
Kebutuhan ini berkaitan dengan memperkuat adanya rasa kepercayaan, kesetiaan, dan status pribadi.
- 4) Kebutuhan Integrasi Sosial
Kebutuhan ini berkaitan dengan penjalinan hubungan dengan lingkungan disekitar kita seperti halnya keluarga, teman, dan alam sekitar.
- 5) Kebutuhan Akan Pelarian
Kebutuhan ini berkaitan dengan keinginan pelarian diri dari kenyataan dengan melepas beban dan membutuhkan hiburan.

²⁹ Suherman, *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*, 67.

b. Asumsi Teori *Uses and Gratifications*

Katz, Blumer, dan Gurevitch, memaparkan 5 asumsi dasar teori ini, diantaranya adalah:³⁰

- 1) Khalayak yang aktif menggunakan media berorientasi pada tujuan.
- 2) Keputusan pemilihan media dalam pemenuhan atau pemuasan kebutuhan ditentukan oleh pribadi itu sendiri.
- 3) Media dan sumber-sumber lain membantu dalam pemenuhan kebutuhan khalayak.
- 4) Khalayak mempunyai kesadaran atas penggunaan media, ketertarikan, dan motif. Sehingga menjadikan peneliti dapat memahami garis besar atau mendapat gambaran lebih tepat atas penggunaan media tersebut.
- 5) Persepsi atas isi media hanya dapat disimpulkan oleh pengguna itu sendiri.

C. Kerangka Pikir Penelitian

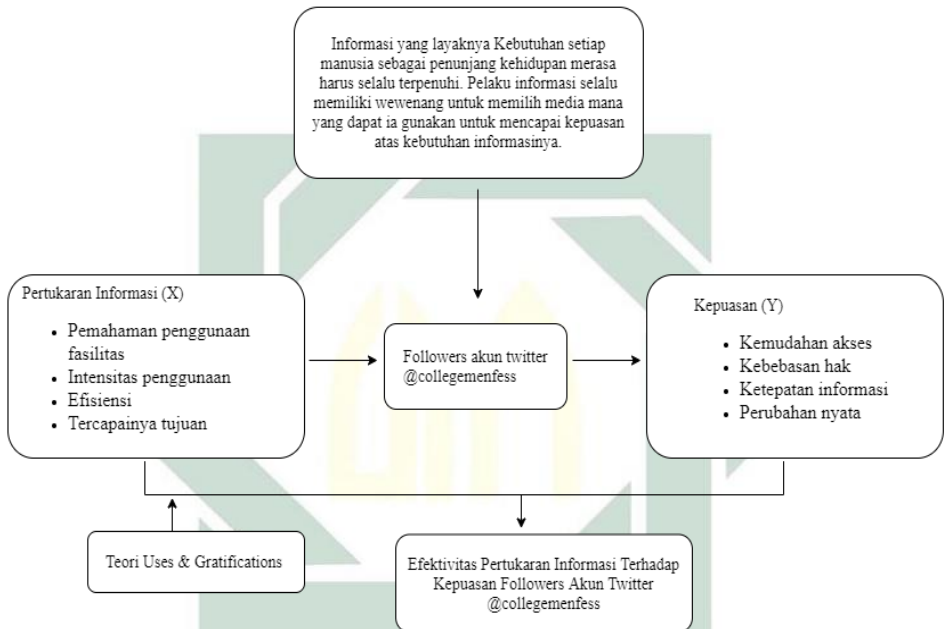
Masalah yang melatar belakangi penelitian ini adalah bagaimana informasi menjadi bagian yang penting sebagai penunjang kehidupan masyarakat. Dan setiap perilaku informasi itu sendiri memiliki hak atau wewenang untuk memilih media mana yang akan digunakan sebagai sarana pertukaran informasi untuk mencapai kepuasan atas kebutuhannya.

Pada penelitian ini terdapat dua variabel. Yakni Pertukaran Informasi sebagai variabel X dan Kepuasan Followers sebagai variabel Y. Peneliti ingin meneliti apakah pertukaran informasi melalui *base*

³⁰ Suherman, *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*, 70.

@collegemenfess memiliki dampak terhadap kepuasan *followersnya*.

Gambar 2.1
Kerangka Pikir Penelitian



D. Pertukaraan Informasi Dalam Perspektif Islam

Akun twitter @collegemenfess merupakan sarana pertukaran informasi dan tempat berdiskusi mengenai perkuliahan bagi mahasiswa/mahasiswi di seluruh Indonesia. Tugas dari mahasiswa sendiri adalah menuntut ilmu, karena ilmu menempatkan manusia pada kedudukan yang mulia, maka penting dan wajib bagi kita untuk mencarinya. Terkait pertukaran informasi, dalam hadits Al-Arbain An-Nawawiyah ke-36 berbunyi:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ ﷺ قَالَ: «مَنْ نَفَسَ عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا، نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ. وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ، يَسِّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ. وَمَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا سَتَرَهُ اللَّهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ. وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ. وَمَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَلْتَمِسُ فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ بِهِ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ. وَمَا اجْتَمَعَ قَوْمٌ فِي بَيْتٍ مِنْ بُيُوتِ اللَّهِ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَيَتَدَارَسُونَ بَيْنَهُمْ إِلَّا نَزَلَتْ عَلَيْهِمُ السَّكِينَةُ، وَعَشِيَتْهُمْ الرَّحْمَةُ، وَحَقَّتْهُمُ الْمَلَائِكَةُ، وَذَكَرَهُمُ اللَّهُ فِيمَنْ عِنْدَهُ، وَمَنْ بَطَأَ بِهِ عَمَلُهُ لَمْ يُسْرَعْ بِهِ نَسَبُهُ» (رَوَاهُ مُسْلِمٌ بِهَذَا اللَّفْظِ).

Dari Abu Hurairah *radhiyallahu ‘anhu*, dari Nabi *shallallahu ‘alaihi wa sallam* bersabda, “Barangsiapa yang menghilangkan kesusahan dari kesusahan-kesusahan dunia orang mukmin, maka Allah akan menghilangkan kesusahan dari kesusahan-kesusahan hari kiamat. Barangsiapa yang memberi kemudahan orang yang kesulitan (utang), maka Allah akan memberi kemudahan baginya di dunia dan akhirat. Siapa yang menutup aib seorang muslim, maka Allah akan menutup aibnya di dunia dan di akhirat. Siapa saja yang menolong saudaranya, maka Allah akan menolongnya sebagaimana ia menolong saudaranya. Barangsiapa yang menempuh perjalanan dalam rangka menuntut ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga. Tidaklah berkumpul sekelompok orang di salah satu rumah Allah (masjid) untuk membaca Kitabullah dan saling mempelajarinya di antara mereka, melainkan akan turun kepada mereka ketenangan, rahmat meliputinya, para malaikat mengelilinginya, dan Allah menyanjung namanya

kepada Malaikat yang ada di sisi-Nya. Barangsiapa yang lambat amalannya, maka tidak akan bisa dikejar oleh nasabnya (garis keturunannya yang mulia).” (HR. Muslim)³¹

Seperti halnya juga yang diisyaratkan oleh Rasulullah SAW. dalam sabda, *“Tuntutlah oleh kalian ilmu pengetahuan. Sesungguhnya, menuntut ilmu adalah pendekatan diri kepada Allah Azza wa Jalla, dan mengajarkannya kepada orang yang tidak mengetahuinya ialah shadaqah. Ilmu itu akan menempatkan pemiliknya pada kedudukan tinggi dan mulia. Ilmu adalah keindahan bagi ahlinya di dunia dan di akhirat.” (HR. Rabi’)³²*

Dalam hal ini, untuk mencapai kepuasan atas terpenuhinya kebutuhan informasi seputar perkuliahan, kita haruslah mencari informasi tersebut. Dalam proses pencariannya, mahasiswa/mahasiswi menggunakan metode diskusi lewat media sosial Twitter. Rasulullah SAW. bersabda, *“Tidak pantas bagi orang yang bodoh mendiamkan kebodohnya, dan tidak pantas pula orang yang berilmu mendiamkan ilmunya.” (HR. Thabrani)³³*

Dengan adanya forum diskusi pada akun @collegemenfess menjadikan kita lebih mudah untuk melakukan kegiatan pertukaran informasi. Ketika kita tidak faham mengenai suatu materi, kita bisa mengirimkannya pada akun twitter @collegemenfess, maka akan banyak orang yang mengerti mengenai materi tersebut akan meresponnya dan berkenan untuk

³¹ Imam Al-Hafizh An-Nawawi. *Syariah Hadits 40 Arba'in An-Nawawi*, ed. by Subhan, Ke-1 (Jakarta: Bee Media Pustaka, 2019), 239-241.

³² Ainur Rasyid. *HADITS-HADITS TARBAWI*, Ke-1 (Yogyakarta: Diva Press, 2017), 25.

³³ Rasyid, *HADITS-HADITS TARBAWI*, 29.

menjelaskan pada kolom komentar. Dengan itu dapat dikatakan bahwa pertukaran informasi yang terjadi pada akun Twitter @collegemenfess dapat memenuhi kebutuhan informasi perkuliahan *followers* sehingga mencapai kepuasan atas hal tersebut.

E. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Dalam melakukan penelitian, penulis menjadikan kajian terdahulu sebagai salah acuan sehingga penulis dapat memperkaya teori untuk membantu mengkaji pelaksanaan penelitian. Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

Pertama, Efektivitas Komunikasi Grup Facebook “Forum Komunikasi BKI FDK UIN SUSKA RIAU” Sebagai Sarana Informasi Mahasiswa.³⁴

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keefektifan komunikasi pada sebuah grup Facebook sebagai asal informasi bagi mahasiswa program studi Bimbingan dan Konseling Islam Uin Suska Riau. Penelitian yang menggunakan kuantitatif sebagai pendekatan serta menggunakan metode *survey* ini memiliki populasi sebanyak 707 orang anggota grup tersebut, sedangkan sampel yang digunakan diambil 15% dari jumlah keseluruhan dan didapatkan sebanyak 106 orang anggota. Data dikumpulkan dengan menggunakan observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa penggunaan grup Facebook Forum Komunikasi BKI FDK UIN SUSKA RIAU sebagai sumber informasi bagi Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Islam Uin Suska Riau yang telah diukur dan

³⁴ Agmal, *Efektivitas Komunikasi Grup Facebook...*, <http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/20674>.

dilihat dari berbagai aspek dinyatakan efektif dengan didapatkannya angka 76%. Dikatakan bahwa 70% dari anggota grup tersebut terlibat aktif dalam percakapan, dan dengan adanya grup tersebut lebih memudahkan mahasiswa satu dan yang lain untuk berbagi informasi.

Penggunaan media sosial sebagai sarana untuk berbagi informasi yang memiliki jangkauan luas merupakan persamaan penelitian ini dengan penelitian yang saya. Kemudian sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan teori yang sama, yakni teori *uses and gratifications*.

Sedangkan perbedaannya adalah penelitian menggunakan media sosial Facebook, maka saya menggunakan media sosial Twitter. Yang terakhir, jika penelitian ini hanya dikhususkan pada anggota grup Facebook tersebut, dimana anggotanya hanya berasal dari Uin Suska Riau, maka penelitian saya memiliki jangkauan yang lebih luas, karena *followers* akun Twitter @collegemenfess terdiri dari mahasiswa dari seluruh Indonesia.

Kedua, Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Interaksi Mahasiswa Komunikasi UIN Suska Riau Dalam Memperoleh Informasi Perkuliahan.³⁵

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska memperoleh informasi perkuliahan melalui WhatsApp yang digunakan sebagai media interaksi. Penelitian yang menggunakan teknik deskripsi kuantitatif ini mengumpulkan data dengan cara membagikan angket dan dokumentasi. Populasi sampel dalam penelitian ini

³⁵ Shanta Eki Ghossa. "Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Interaksi Mahasiswa Komunikasi UIN Suska Riau Dalam Memperoleh Informasi Perkuliahan", *Skripsi*, UIN Suska Riau, 2018.

adalah mahasiswa Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau. Yang menjadi respondennya adalah mahasiswa Semester 3 sebanyak 374 dan Semester 5 sebanyak 216 dengan total sebanyak 590 mahasiswa yang merupakan pengguna aktif whatsapp. Sedangkan sampel yang digunakan adalah 10% dari jumlah populasi, yakni didapatkan 85 orang.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan whatsapp sebagai media interaksi mahasiswa komunikasi UIN Suska dalam memperoleh informasi perkuliahan adalah sangat baik dengan persentase yang didapatkan sebesar 87,5%. Penggunaan WhatsApp sebagai media interaksi oleh mahasiswa semester 3 dan 5 sangat baik, terbukti dengan persentase yang didapatkan berkisar antara 81%- 100%. Dapat dilihat dari intensitas seseorang menggunakan sebuah platform untuk berinteraksi saat ini kebanyakan menggunakan Whatsapp. Karena aksesnya yang sangat mudah dan tersedianya berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan dengan baik untuk berbagi informasi.

Persamaannya adalah sama-sama berbasis media sosial sebagai alat penyebaran dan berbagi informasi maupun bertukar pikiran. Kemudian, pemenuhan informasi yang dibutuhkan adalah seputar perkuliahan.

Sedangkan perbedaannya adalah jenis media sosial yang digunakan, jika penelitian ini menggunakan Whatsapp sebagai alternatif, maka saya menggunakan Twitter.

Ketiga, Pengaruh Media Sosial Twitter @LowkerPKU Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Bagi Followers.³⁶

³⁶ Burhanuddin, *Pengaruh Media Sosial Twitter...*, <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/5862>.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa berpengaruh atau efektivitas akun media sosial Twitter @LowkerPKU dalam memenuhi kebutuhan informasi mengenai lowongan pekerjaan bagi *followers*. Penelitian ini menggunakan metode riset kuantitatif. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan teknik penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *followers* akun Twitter @LowkerPKU. Berdasarkan data yang penulis temukan dalam akun @LowkerPKU, *followers* @LowkerPKU berjumlah 16.878 (pada periode 25 Juni 2014). Dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah hanya beberapa persen dari jumlah yang telah disebutkan, yakni 99 orang *followers*. Menurut temuan penelitian, media sosial Twitter berdampak pada pemenuhan kebutuhan informasi pengikutnya, dengan persentase 46,5% dikategorikan sedang.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan adalah sama-sama berbasis media sosial Twitter. Kemudian sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan teori yang sama, yakni teori *uses and gratifications*.

Sedangkan perbedaannya terletak pada akun yang dijadikan bahan penelitian, jika penelitian ini meneliti akun @LowkerPKU, maka saya melakukan penelitian terhadap akun @colloegemenfess.

Keempat, Measuring User Influence on Twitter : A Survey.³⁷

Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan dan mengklasifikasikan pengaruh Twitter ditinjau dari

³⁷ Fabián Riquelme and Pablo González-Cantergiani. "Measuring User Influence on Twitter: A Survey". *Information Processing and Management*, 2016, <<https://doi.org/10.1016/j.ipm.2016.04.003>>.

beberapa aspek, seperti halnya beberapa didasarkan pada metric sederhana, sementara yang lain didasarkan pada matematika kompleks, dsb. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Dari hasil analisis dapat di lihat bahwa popularitas twitter dapat dilihat dari hubungan interaksi satu dengan yang lainnya yang saling membalas komentar pada postingan tertentu. Dan yang paling berpengaruh yaitu adanya fitur *retweet* pada Twitter yang digunakan untuk menyebarkan atau membagikan postingan seseorang agar diketahui oleh orang banyak hanya dengan satu kali sentuhan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah sama-sama meneliti *platform* Twitter dengan metode yang sama yakni kuantitatif.

Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian dan pembahasan. Jika penelitian ini meneliti faktor dari penyebab popularitas Twitter yang berpengaruh, maka penelitian yang sedang dilakukan mengukur tingkat keefektifan sebuah akun Twitter sebagai sarana pertukaran informasi yang dapat membantu mencapai kepuasan atas informasi terkait.

Kelima, Sharing Real-Time Traffic Information With Travelers Using Twitter : An Analysis of Effectiveness and Information Content.³⁸

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui aktivitas, pengaruh, perhatian yang didapat, dan efektivitas penggunaan akun twitter dalam menyebarkan informasi lalu lintas terkini. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data diperoleh dari 14 akun Twitter

³⁸ Rezaur Rahman and others. "Sharing Real-Time Traffic Information with Travelers Using Twitter: An Analysis of Effectiveness and Information Content". *Frontiers in Built Environment*, 2019, <<https://doi.org/10.3389/fbuil.2019.00083>>.

Departemen Transportasi Florida (FDOT) yang dibuat untuk berbagi informasi lalu lintas waktu terkini.

Hasil analisis bisa dikatakan penggunaan Twitter sebagai media untuk berbagi informasi lalu lintas waktu terkini bisa dikatakan cukup efektif. Kebanyakan agen transportasi di United States of America (USA) telah menggunakan *platform* media sosial Twitter untuk berbagi informasi lalu lintas secara instan untuk para wisatawan. Disebutkan juga bahwa Twitter memiliki potensi besar untuk menjadi bagian dari sistem manajemen lalu lintas aktif yang sukses dengan memberikan pembaruan tepat waktu yang relevan kepada wisatawan dengan cara yang hemat biaya.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah, sama-sama meneliti platform media Twitter dan keefektifannya dengan menggunakan metode kuantitatif.

Sedangkan letak perbedaannya adalah pada fokus pembahasan.

F. Hipotesis Penelitian

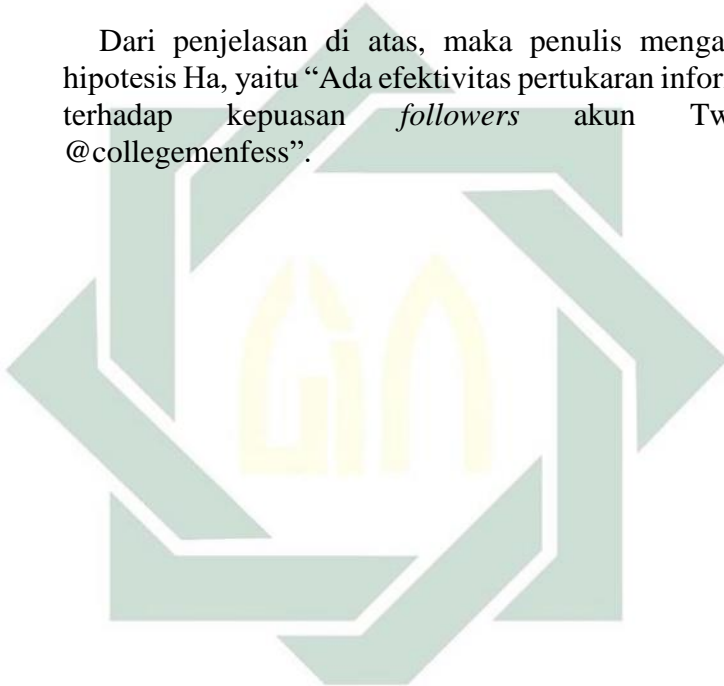
Hypo dan *thesis* merupakan asal kata dari Hipotesis secara etimologi. *Hypo* memiliki arti kurang dan *thesis* memiliki arti pendapat. Oleh karena itu hipotesis diartikan sebagai pendapat yang kurang atau dugaan sementara yang pernyataannya perlu diuji terlebih dahulu.³⁹

Berikut adalah beberapa asumsi awal berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun sebelumnya pada penelitian ini:

³⁹ Agmal, *Efektivitas Komunikasi Grup Facebook...*, 32.

1. $H(a)$: Ada efektivitas pertukaran informasi terhadap kepuasan *followers* akun Twitter @collegemenfess.
2. $H(0)$: Tidak ada efektivitas pertukaran informasi terhadap kepuasan *followers* akun Twitter @collegemenfess.

Dari penjelasan di atas, maka penulis mengambil hipotesis H_a , yaitu “Ada efektivitas pertukaran informasi terhadap kepuasan *followers* akun Twitter @collegemenfess”.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan pendekatan kuantitatif karena mengetahui adanya hubungan kausalitas. Penelitian kuantitatif adalah proses pemecahan suatu masalah atau pengujian hipotesis yang dilakukan untuk pengembangan prinsip umum dengan melakukan kegiatan pengumpulan data kemudian dilanjutkan dengan pengolahan data yang sebelumnya telah diperoleh, dan kemudian dianalisis, dan data disajikan secara sistematis dan objektif.⁴⁰ Dapat dikatakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang sistematis, terstruktur dengan apik dan tersusun dengan runtut dari awal hingga akhir, serta cenderung menggunakan analisis statistik. Oleh karena itu, sudah sewajarnya penelitian kuantitatif menggunakan populasi dan sampel dalam metode akumulasi datanya.

Peneliti menggunakan jenis penelitian korelatif dalam penelitian ini. Penelitian korelasi adalah pengamatan terhadap suatu objek yang kemudian digambarkan dua atau lebih fakta dan sifat yang ada pada objek tersebut, yang kemudian dibandingkan persamaan dan perbedaan atas kedua fakta tersebut berdasarkan kerangka pemikiran tertentu.⁴¹

Berdasarkan penggunaan jenis pendekatan dan jenis penelitian yang telah dipaparkan diatas, peneliti

⁴⁰ Nikolaus Dauli. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*, ed. by Amira Dzatin Nabila, Ke-1. (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 3.

⁴¹ Basuki. *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*, ed. by Andreyan Rizky Baskara, Ke-1 (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), 19.

mengambil penelitian mengenai efektivitas pertukaran informasi terhadap kepuasan *followers* akun Twitter @collegemenfess. Sedangkan peneliti memilih jenis penelitian korelatif karena peneliti ingin mengetahui adanya hubungan antara pertukaran informasi terhadap kepuasan *followers* akun Twitter @collegemenfess.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di arena virtual media sosial Twitter, lebih tepatnya pada *autobase* @collegemenfess. Akun Twitter @collegemenfess memiliki jumlah kurang lebih 1,1 juta *twit* atau postingan, 763.292 ribu *followers* per tanggal 18 September 2021, dan mengikuti 48.889 ribu akun per 18 September 2021.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah segenap jumlah objek penelitian yang mempunyai kualitas dan masuk dalam kriteria atau karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti, yang kemudian setelah diamati dan dikaji peneliti akan ditarik kesimpulan.⁴²

Populasi yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah *followers* atau pengikut akun Twitter @collegemenfess, yang dimana diambilnya jumlah populasi pada tanggal 18 September 2021 mencapai angka 763.292 ribu orang atau pengikut. Jumlah tersebut diketahui

⁴² Lailatus Sa'adah. *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, ed. by Dr. Zulfikar, Ke-1. (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2019), 26.

dengan pasti karena tertera pada laman profil akun tersebut.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek yang memiliki karakteristik tertentu atau populasi.⁴³ Karena banyaknya jumlah populasi penelitian, peneliti tidak mungkin mempelajari keseluruhan populasi sebab adanya dana, waktu, dan tenaga yang terbatas, oleh karenanya peneliti mengambil sampel dari keseluruhan jumlah populasi.⁴⁴

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = Total sampel
 N = Total Populasi
 e = Toleransi error⁴⁵

Umumnya digunakan 1%, 2%, 3%, 4%, 5%, atau 10%. Peneliti menggunakan toleransi error sebesar 5% dengan total populasi mencapai 763.292 orang, maka diperoleh sampel sebanyak:

$$n = \frac{763.292}{1 + 763.292 (5\%)^2}$$

⁴³ Sa'adah, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 152.

⁴⁴ Sandu Siyoto and Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*, ed. by Ayup, Ke-1. (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 65.

⁴⁵ Husein Umar. *Metode Riset Dan Bisnis*, ed. by Pagut Lubis, Ke-2. (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2003), 141.

$$n = \frac{763.292}{1 + 763.292 (0,0025)}$$

$$n = \frac{763.292}{1 + 1908,2}$$

$$n = \frac{763.292}{1909,2}$$

$$n = 399,7$$

Jadi jumlah sampel *followers* yang akan diamati dan diteliti oleh peneliti adalah 399,7 atau dibulatkan menjadi 400 orang pengikut akun Twitter @collegemenfess yang merupakan pengguna aktif Twitter.

3. Teknik Sampling

Penggunaan teknik sampling pada penelitian ini didasarkan karena peneliti ingin memberikan peluang yang sama kepada seluruh anggota populasi, maka peneliti menggunakan teknik *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*.

Adapun alasan peneliti dalam menggunakan *simple random sampling* adalah karena akun Twitter @collegemenfess memiliki jumlah *followers* yang banyak namun peneliti mempersempit atau mengerucutkan lagi dengan membuat karakteristik atau syarat bahwa yang dapat menjadi sampel pada populasi tersebut adalah yang masih menduduki bangku perkuliahan, sehingga *followers* yang telah lulus

dan masih pelajar tidak berhak menjadi sampel dalam penelitian. Maka, *followers* akun @collegemenfess yang masih menduduki bangku perkuliahan memiliki peluang atau kesempatan untuk dijadikan sampel.

D. Variabel dan Indikator Variabel

Berdasarkan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti menggunakan variabel untuk menjadi tolak ukur di lapangan nantinya, yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Bebas atau Independen (X)

Merupakan variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lainnya. Variabel bebas adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu variabel lain.

Dalam penelitian ini, variabel X yang hendak di uji adalah Pertukaran Informasi.

2. Variabel Terikat atau Dependen (Y)

Merupakan variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel ini yang diduga sebagai akibat dari variabel yang mendahuluinya.

Dalam penelitian ini, variabel Y yang hendak diuji adalah Kepuasan *Followers*.

Setelah adanya variabel, maka akan dilanjutkan pada indikator variabel yang akan dirinci sebagai berikut:

a. Indikator Pertukaran Informasi (X)

- 1) Intensitas Penggunaan
- 2) Efisiensi
- 3) Tercapainya tujuan

b. Indikator Kepuasan Followers (Y)

- 1) Kemudahan akses
- 2) Kebebasan hak
- 3) Ketepatan Informasi
- 4) Terpenuhinya Kebutuhan Informasi Perkuliahan

E. Tahap-Tahap Penelitian

1. Mengidentifikasi dan Merumuskan Masalah

Langkah pertama yang dilakukan pada penelitian ini adalah mengidentifikasi masalah sesuai dengan pembahasan pada latar belakang sebelumnya.

Kecanggihan teknologi dan mudahnya pengaksesan internet, serta maraknya penggunaan media sosial menjadikan masyarakat berbondong-bondong membentuk komunitas sosial atau komunitas *online*.

Dengan adanya komunitas sosial tersebut memudahkan masyarakat untuk bertukar informasi satu sama lain demi memperoleh kepuasan atas kebutuhan informasi tiap individu.

Tidak terkecuali dengan akun Twitter @collegemenfess yang menjadi sarana pertukaran informasi perkuliahan bagi seluruh mahasiswa dari berbagai macam belahan daerah di Indonesia. Maka dari itu peneliti mengidentifikasi bagaimana efektivitas pertukaran informasi yang terjadi pada akun Twitter @collegemenfess terhadap kepuasan *followersnya* atas pemenuhan kebutuhan informasi tersebut.

2. Melakukan Pra-Survey dan Studi Pendahuluan

Langkah selanjutnya yang dilakukan peneliti adalah pra-survey untuk mengetahui apakah penelitian yang akan dilakukan memiliki kemungkinan untuk dilanjutkan. Peneliti juga melakukan adanya riset teori dan konsep dengan membaca serta mengkaji penelitian-penelitian terdahulu.

Peneliti juga telah melakukan pengamatan pada akun Twitter @collegemenfess untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan, seperti halnya berapa jumlah *followers* keseluruhan, ketersediaan *followers* untuk menjadi responden dalam penelitian, dan sebagainya, sehingga peneliti merasa mantap dan sanggup untuk melanjutkan penelitian.

3. Memilih Metode Penelitian

Setelah langkah sebelumnya telah dilaksanakan dan disertai oleh literatur-literatur yang ada, peneliti memilih untuk menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan alasan penelitian ini berfokus pada efektivitas sebuah pertukaran informasi melalui media sosial terhadap kepuasan penggunaannya.

4. Pengajuan Hipotesis dan Merumuskan Variabel

Setelah memperoleh literatur, peneliti melanjutkan dengan penyusunan dugaan sementara pada penelitian, serta penyusunan variabel X dan variabel Y dalam penelitian ini.

5. Menentukan Sampel

Peneliti memilih populasi *followers* akun Twitter @collegemenfess karena akun tersebut mulai dari awal hadirnya pada tahun 2018, yang dimana menjadi *autobase* pertama yang hadir dengan mengusung tema perkuliahan, hingga

saat ini masih *eksis* dikalangan mahasiswa dan saat ini jumlah pengikutnya telah mencapai angka 763.292 ribu per tanggal 18 September 2021.

Jumlah sampel yang telah dihitung dengan menggunakan rumus Slovin didapatkan jumlah sebanyak 400 sampel atau responden.

6. Menyusun Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian dibentuk dari masalah yang diangkat. Instrumen ini nantinya akan digunakan sebagai daftar pertanyaan kuesioner, yang kemudian dibagikan kepada responden atau sampel untuk memperoleh data yang dibutuhkan.

7. Melakukan Uji Instrumen

Uji instrumen yang dilakukan dalam penelitian adalah uji reliabilitas dan uji validitas. Untuk mengetahui valid tidaknya instrumen penelitian maka diperlukan konsultasi dengan *Expert Judgement* yang kemudian dilanjutkan dengan pengujian menggunakan rumus Pearson Product Moment serta rumus Cronbach Alpha untuk uji reliabilitas.

8. Mengumpulkan Data

Instrumen penelitian yang telah valid kemudian disebarakan pada responden dalam bentuk angket atau kuesioner. Data yang dikumpulkan berupa Nama, Usia, Tingkatan Semester, dan pernyataan yang sesuai pertanyaan yang tercantum dalam angket.

9. Analisis Data

Data yang telah terkumpul kemudian akan diolah dengan menggunakan rumus Pearson Product Moment dan didasarkan pada tabel interpretasi Koefisien Korelasi dengan bantuan

SPSS versi 26.0. Penggunaan rumus Pearson Product Moment untuk mengetahui ada atau tidaknya efektivitas. Sedangkan tabel interpretasi Koefisien Korelasi untuk mengetahui sejauh mana hubungan atau tingkat efektivitas tersebut.

10. Korelasikan dengan Hipotesis

Setelah perhitungan dilakukan dan didapatkan hasil, maka akan ditemukan hipotesis mana yang akan diterima.

11. Menarik Kesimpulan

Agar hasil akhir terlihat jelas, maka akan ditarik kesimpulan. Apakah hasil akhir menunjukkan bahwa efektivitas pertukaran informasi terhadap kepuasan *followers* akun Twitter @collegemenfess dan seberapa tingkat efektivitasnya tersebut ada.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam memperoleh dan mengumpulkan informasi yang dibutuhkan maka perlu adanya prosedur pengumpulan data oleh peneliti, diantaranya adalah:

1. Angket

Angket adalah alat untuk memperoleh informasi yang berbentuk pertanyaan ataupun pernyataan tertulis.⁴⁶ Angket atau yang dapat disebut juga dengan kuesioner berisi tentang pertanyaan yang telah disiapkan oleh peneliti dan harus diisi oleh responden.⁴⁷

⁴⁶ Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, ed. by Agus Supriyatama, Ke-2. (Jakarta: KENCANA, 2017), 137.

⁴⁷ Rachmat Kriyantono. *TEKNIK PRAKTIS RISET KOMUNIKASI*, ed. by Gustiara Azmi, Ke-1. (Jakarta: KENCANA, 2006). 95.

Gambar 3.1
Tampilan Kuesioner



Penggunaan google formulir untuk angket disebar luaskan pada *followers* akun @collegemenfess untuk memudahkan akses bagi responden, karena lokasi responden yang jauh dari jangkauan peneliti.

Angket tersebut menggunakan skala likert 4 poin yang dimana pertanyaannya bersifat tertutup dan pilihan jawaban sudah disediakan oleh peneliti. Dalam hal ini skoring yang ditetapkan adalah:⁴⁸

- “Sangat Setuju (SS)” diberi skor 4
- “Setuju (S)” diberi skor 3
- “Tidak Setuju (TS)” diberi skor 2
- “Sangat Tidak Setuju (STS)” diberi skor 1

⁴⁸ Lei Chang, 'A Psychometric Evaluation of 4-Point and 6-Point Likert-Type Scales in Relation to Reliability and Validity', *Applied Psychological Measurement*, 18,3 (1994), 207. <<https://doi.org/10.1177/014662169401800302>>.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah jenis pengumpulan data yang tidak berkaitan langsung dengan topik penelitian. Dokumentasi bisa tangkapan layar atau *screenshot* data pendukung seperti halnya profil akun Twitter @collegemenfess maupun tampilan angket yang digunakan.

3. Observasi

Observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan mengambil tindakan pengamatan secara langsung dan berkala pada postingan dari akun @collegemenfess.

4. Studi Pustaka

Penggunaan fasilitas perpustakaan oleh peneliti sebagai landasan teori dan melengkapi data yang diperoleh peneliti dengan mengutip ataupun menelaah sumber tertulis yang masih berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Tabel 3.1
Teknik Pengumpulan Data

Variabel	Indikator Variabel	Teknik Pengumpulan Data
Pertukaran Informasi (X)	Intensitas Penggunaan	A
	Efisiensi	A + O

	Tercapainya tujuan	A + O
Kepuasan Followers (Y)	Kemudahan akses	A
	Kebebasan Hak	A
	Ketepatan Informasi	A + S
	Terpenuhinya Kebutuhan Informasi Perkuliahan	A + O

Keterangan:

A = Angket

O = Observasi

D = Dokumentasi

S = Studi Pustaka

G. Teknik Validitas Instrumen Penelitian

Untuk memverifikasi instrumen penelitian yang digunakan dapat digunakan, maka perlu diadakannya uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Instrumen penelitian yang akan di uji validitasnya terlebih dahulu diujikan pada sampel dari mana populasi diambil yaitu sejumlah 30 responden.⁴⁹

Berikut instrumen penelitian yang telah disusun oleh peneliti, dan akan diuji validitasnya:

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017). 125.

Tabel 3.2
Kisi-Kisi Pertanyaan

Variabel	Indikator	Item	Kisi-Kisi Pertanyaan	Jumlah Item
Pertukaran Informasi (X)	Intensitas Pengguna an	1	Saya seringkali mencari informasi mengenai perkuliahan melalui akun Twitter @collegemenfess.	3
		2	Dalam kurun waktu satu hari saya mengunjungi akun Twitter @collegemenfess sebanyak 3 kali atau bahkan lebih.	
		3	Saya seringkali menjumpai postingan menfess akun @collegemenfess yang berisi informasi perkuliahan pada <i>timeline</i> .	
	Efisiensi	4	Saya merasa pertukaran informasi yang dilakukan pada akun @collegemenfess sangat praktis.	5

		5	Saya mengikuti base @collegemenfess untuk berkomunikasi dengan banyak orang dalam satu waktu.	
		6	Saya merasa forum diskusi yang tersedia pada kolom komentar membuat saya dengan cepat memberikan pendapat atau bertanya mengenai topik yang menjadi pembahasan saat itu.	
		7	Saya seringkali membagikan keseharian saya saat dalam masa perkuliahan pada seluruh followers akun @collegemenfess.	
		8	Saya seringkali mencari informasi mengenai perkuliahan pada akun @collegemenfess	

			dibandingkan mencarinya pada internet (Google).	
Tercapainya Tujuan	9	Saya pernah memberikan tanggapan atau jawaban atas informasi yang sedang ditanyakan melalui <i>base @collegemenfess</i> .	4	
	10	Informasi yang dibagikan melalui akun <i>@collegemenfess</i> dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.		
	11	Saya seringkali mendapat jawaban atas informasi perkuliahan yang sedang saya butuhkan.		
	12	Saya merasa akan terus menggunakan akun <i>@collegemenfess</i> sebagai sarana pertukaran informasi		

			perkuliahan dengan followers lainnya.	
Kepuasan Followers (Y)	Kemudahan akses	1	Saya mengikuti akun Twitter @collegemenfess untuk mendapatkan informasi perkuliahan.	5
		2	Saya merasa untuk mudah untuk mengunjungi akun Twitter @collegemenfess.	
		3	Saya merasa mudah mengakses setiap informasi yang disuguhkan atau diposting oleh akun @collegemenfess.	
		4	Saya merasa untuk mendapatkan informasi perkuliahan yang saya kehendaki melalui akun @collegemenfess tidak memerlukan waktu yang lama.	

		5	Setelah mengikuti akun @collegemenfess saya lebih mudah berkomunikasi dengan banyak orang dalam satu waktu.	
Kebebasan Hak		6	Saya seringkali ikut menimbrung pada orang yang tengah berdiskusi pada kolom komentar postingan akun @collegemenfess.	2
		7	Saya seringkali mengabaikan postingan yang menurut saya tidak cukup penting atau menarik untuk ditanggapi.	
Ketepatan Informasi		8	Saya seringkali menemukan informasi perkuliahan yang belum saya ketahui sebelumnya.	3
		9	Saya hanya membagikan informasi yang bersifat kebenaran.	

		10	Saya merasa informasi yang saya dapatkan dari akun @collegemenfess sepenuhnya dapat dipercaya.	
	Terpenuhinya Kebutuhan Informasi Perkuliahan	11	Saya merasa seringkali informasi yang saya dapatkan melalui akun @collegemenfess membantu saya dalam menyelesaikan tugas perkuliahan saya.	2
		12	Saya merasa senang mengetahui adanya base @collegemenfess dan memutuskan untuk terus mengikutinya.	
Jumlah Total Instrumen		Variabel X		
	Variabel Y			12
	Total Keseluruhan			24

Data yang telah diperoleh kemudian ditabulasikan dan dilanjutkan pada tahap pengujian dengan cara membandingkannya r

tabel yang ditemukan sebesar 0,361 yang didasarkan pada tabel signifikansi 5% atau 0,5.⁵⁰ Tahap pengujian tersebut dilakukan dengan bantuan software SPSS versi 26.0 dengan formula Pearson Product Moment. Apabila nantinya hasil nilai koefisien korelasi atau r hitung yang didapatkan dibawah 0,361 maka pernyataan dalam instrumen penelitian ini dikatakan tidak valid. Sebaliknya, jika nilai hasil yang didapatkan diatas 0,361 maka dapat dikatakan pernyataan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu kuesioner dapat dilihat jika dari waktu ke waktu jawaban responden atas pertanyaan ialah konsisten atau stabil.

Pengujian reliabilitas dengan menggunakan SPSS versi 26.0 dengan formula rumus Alpha Cronbach, dikatakan reliabel jika memberikan nilai $(\alpha) > 0,60$.⁵¹

Sedangkan kategori koefisien reliabilitasnya adalah sebagai berikut:⁵²

- a. $0,80 < r_{11} \leq 1,00$ reliabilitas sangat tinggi
- b. $0,60 < r_{11} \leq 0,80$ reliabilitas tinggi
- c. $0,40 < r_{11} \leq 0,60$ reliabilitas sedang
- d. $0,20 < r_{11} \leq 0,40$ reliabilitas rendah

⁵⁰ Sugiyono, 333.

⁵¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006). 45.

⁵² Endy Zunaedi Pasaribu, dkk., *Belajar Statistika: Siapa Takut Dengan SPSS* (Kitamenulis.id: Yayasan Kita Menulis, 2020). 37. [https://www.google.co.id/books/edition/Belajar Statistika Siapa Takut dengan SPSS/fzDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Reliabilitas+spss&pg=PA37&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Belajar%20Statistika%20Siapa%20Takut%20dengan%20SPSS/fzDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Reliabilitas+spss&pg=PA37&printsec=frontcover)

- e. $1,00 < r_{11} \leq 0,20$ reliabilitas sangat rendah.

H. Teknik Analisis Data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah data yang telah diolah dari hasil perolehan sebaran angket dan dijabarkan dalam tabel.

Penelitian ini menggunakan statistik inferensial. Statistik inferensial terdiri atas 2 jenis, yaitu statistik parametris dan statistik nonparametris. Berdasarkan data penelitian, maka peneliti menggunakan statistik inferensial parametris, karena untuk menguji data yang berbentuk interval.⁵³

Data yang diperoleh terlebih dahulu dianalisis pendistribusiannya. Uji Kolmogorov-Smirnov digunakan dalam penelitian ini untuk melakukan uji normalitas dengan pengelolaan data menggunakan SPSS versi 26.0.

Adapun teknik analisis yang digunakan adalah Pearson Product Moment. Teknik korelasi ini diperuntukkan mencari hubungan dan pembuktian hipotesis dua variabel atau lebih dengan data interval atau rasio.⁵⁴

Adapun rumus Pearson Product Moment yaitu:

$$r_{xy} = \frac{N \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[N \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][N \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} : nilai koefisien korelasi antara x dengan y

N : jumlah responden

⁵³ Yeri Sutopo and Achmad Slame. *Statistik Inferensial*, ed. by Giovanny, Ke-1. (Yogyakarta: ANDI, 2017). 3.

⁵⁴ Basuki, *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*, 35.

- X : skor yang didapat subjek dari seluruh item
- Y : skor total yang diperoleh dari seluruh item
- ΣX : jumlah skor dalam distribusi X
- ΣY : jumlah skor dalam distribusi Y
- ΣX^2 : kuadrat jumlah skor dalam distribusi X
- ΣY^2 : kuadrat jumlah skor dalam distribusi Y

Selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar efektivitasnya atau pengaruhnya, peneliti menggunakan tabel pedoman interpretasi Koefisien.

Tabel 3.3
Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Hasil Tingkatan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Tinggi
0,80-1,000	Sangat tinggi

Sugiyono (2016: 184)⁵⁵

Apabila nilai signifikansi yang didapatkan menunjukkan angka kurang dari 0,05 maka variabel X dan Y berkorelasi. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi yang didapatkan menunjukkan angka lebih besar dari 0,05, maka dikatakan variabel X dan Y tidak berkorelasi.

⁵⁵Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan ke-19 (Bandung: Alfabeta, 2014). 230.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan hal yang paling diperhatikan dalam sebuah penelitian, karena objek penelitian tersebut menjadi sumber dari sebuah masalah yang akan diteliti dan dicari pemecahannya. Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah *Followers* akun @collegemenfess.

Dengan adanya jejaring media sosial, hingga terbentuknya *komunitas-komunitas online* yang berisi sekumpulan orang dari berbagai belahan dunia yang memiliki keterkaitan yang sama akan suatu hal menjadikan proses pertukaran informasi sangatlah mudah. Hal ini dikarenakan *komunitas online* yang memiliki kemudahan akses oleh siapapun tak terkecuali serta memiliki jangkauan yang luas, menjadikannya sebagai wadah atau sarana bagi pencari kebutuhan informasi sebagai alat pemenuhan atau pemuas atas kebutuhan tersebut. Dengan adanya *komunitas online* dapat memudahkan seseorang untuk berkomunikasi satu dengan yang lain, serta berbagi informasi apapun.

Dilakukannya penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah proses pertukaran informasi melalui *autobase* akun Twitter @collegemenfess, turut serta memiliki andil terhadap kepuasan *followers* akun tersebut.

1. Demografi Responden
 - a. Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	37	9.3	9.3	9.3
	PEREMPUAN	363	90.8	90.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Persentase 9,3% menunjukkan bahwa sebanyak 37 orang responden berjenis kelamin laki-laki. Sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 363 orang dengan persentase 90,8%. Dengan data tersebut dapat diketahui bahwa *followers autobase @collegemenfess* didominasi oleh perempuan.

b. Tingkatan Semester

Tabel 4.2
Tingkatan Semester Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Semester 1	91	22.8	22.8	22.8
	Semester 3	82	20.5	20.5	43.3
	Semester 5	105	26.3	26.3	69.5

Semester 7	80	20.0	20.0	89.5
Semester 9	32	8.0	8.0	97.5
Semester 11	5	1.3	1.3	98.8
Pasca Sarjana	5	1.3	1.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh data tingkatan semester responden dalam penelitian ini. Responden yang saat ini sedang menempuh semester 1 dalam perkuliahan diperoleh persentase sebesar 22,8% dengan jumlah responden sebanyak 91, semester 3 dengan persentase sebesar 20,5% dengan jumlah responden sebanyak 82, semester 5 dengan persentase sebesar 26,3% dengan jumlah responden sebanyak 105, semester 7 dengan persentase sebesar 20% dengan jumlah responden sebanyak 80, semester 9 dengan persentase sebesar 8% dengan jumlah responden sebanyak 32, semester 11 dengan persentase sebesar 1,3% dengan jumlah responden sebanyak 5, dan Pascasarjana atau yang saat ini tengah menempuh pendidikan S2 diperoleh persentase sebesar 1,5% dengan jumlah responden sebanyak 5.

Dengan data tersebut diketahui bahwa *followers autobase @collegemenfess* didominasi oleh mahasiswa tingkat pertengahan yaitu

semester 5 dan mahasiswa tingkat awal yaitu semester 1.

B. Penyajian Data

Dikarenakan responden dalam penelitian ini adalah *followers autobase @collegemenfess*, maka peneliti menyebarkan kuesioner melalui media sosial Twitter, tepatnya pada autobase @collegemenfess pada tanggal 26 Oktober 2021 hingga 8 November 2021.

1. Uji Validitas

Peneliti menggunakan signifikansi 5% dengan nilai r_{tabel} ditemukan sebesar 0,361. Jika nilai koefisien korelasi atau nilai r_{hitung} lebih besar dari 0,361 maka dikatakan valid. Jika di bawah 0,361 maka pernyataan tidak valid. Berikut hasil uji validitas instrumen Variabel X dengan nomor item 1-12, dan Variabel Y dengan nomor item 13-24:

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas

Item	Nilai Koefisien Korelasi (r_{hitung})	Nilai r_{tabel}	Keterangan
1	0,398*	0,361	Valid
2	0,406*	0,361	Valid
3	0,721**	0,361	Valid
4	0,606**	0,361	Valid
5	0,628**	0,361	Valid
6	0,430*	0,361	Valid
7	0,500**	0,361	Valid
8	0,387*	0,361	Valid
9	0,378*	0,361	Valid

10	0,464**	0,361	Valid
11	0,624**	0,361	Valid
12	0,739**	0,361	Valid
13	0,503**	0,361	Valid
14	0,593**	0,361	Valid
15	0,713**	0,361	Valid
16	0,672**	0,361	Valid
17	0,482**	0,361	Valid
18	0,500**	0,361	Valid
19	0,535**	0,361	Valid
20	0,466**	0,361	Valid
21	0,363*	0,361	Valid
22	0,510**	0,361	Valid
23	0,493**	0,361	Valid
24	0,741**	0,361	Valid

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan hasil uji validitas nilai terbesar didapatkan pada item soal ke-24 dengan angka 0,741 yang mengandung pernyataan “Saya merasa senang mengetahui adanya base @collegemenfess dan memutuskan untuk terus mengikutinya”. Sedangkan nilai terendah didapatkan pada item soal ke-21 dengan angka 0,363 yang mengandung pernyataan “Saya hanya membagikan informasi yang bersifat kebenaran”.

2. Uji Reliabilitas

Variabel penelitian akan dikatakan reliabel jika memberikan nilai (α) > 0,60. Berikut hasil uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS versi 26.0 dengan formula rumus Alpha Cronbach:

Tabel 4.4
 Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.886	24

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Tabel diatas menunjukkan nilai instrumen penelitian dan didapatkan nilai (α) 0,886 yang jika didasarkan pada pedoman maka dinyatakan reliabel, dan berada pada rentan nilai $0,80 < r_{11} \leq 1,00$ yang memiliki arti reliabilitas sangat tinggi.

3. Data Efektivitas Pertukaran Informasi dengan Kepuasan Followers
 Berikut data hasil perolehan jawaban kuesioner oleh 400 responden:

- a. Data Keseluruhan Jawaban Variabel Pertukaran Informasi (X)

Tabel 4.5
 Data Keseluruhan Jawaban Variabel X

No. Responden	Pernyataan											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	4	3	3	4	2	4	1	3	4	1	3	3
2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3
3	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	4
4	4	2	3	4	4	4	3	2	3	2	3	4
5	4	2	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4
6	4	4	4	4	4	3	2	4	4	2	4	4

7	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	4	3
8	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
9	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
10	4	2	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3
11	3	3	4	4	4	4	1	3	4	2	1	4
12	3	2	4	4	3	4	1	2	4	2	3	4
13	4	3	4	4	4	4	1	3	4	3	3	4
14	2	3	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4
15	3	3	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4
16	4	2	4	4	4	4	2	3	2	2	4	4
17	3	4	4	4	4	4	2	3	3	2	4	4
18	4	3	4	4	4	3	2	3	4	2	4	3
19	3	2	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4
20	4	4	3	4	3	4	2	2	4	3	3	4
21	4	4	2	4	4	3	2	4	3	2	3	3
22	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3
23	4	4	2	3	2	2	2	4	4	3	3	4
24	3	3	1	4	3	3	1	4	4	3	3	3
25	2	2	1	3	2	3	1	2	3	2	2	2
26	3	3	2	4	4	3	3	4	4	2	3	3
27	4	4	2	4	3	3	1	3	3	2	3	3
28	4	4	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3
29	4	4	2	3	4	4	3	3	4	3	3	4
30	4	3	3	3	2	3	2	3	4	2	3	3
31	3	2	4	4	4	4	3	2	3	2	4	4
32	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
33	4	2	4	4	4	3	1	4	4	2	3	4
34	3	2	4	4	2	3	2	2	3	3	4	4
35	3	3	4	4	2	3	2	2	3	3	3	3
36	4	4	3	2	3	3	2	3	4	2	3	4

37	4	3	4	4	3	4	3	4	4	2	3	4
38	4	3	4	4	2	4	2	3	3	2	3	3
39	3	2	3	4	3	4	2	3	3	2	4	4
40	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3
41	4	3	3	4	3	3	1	2	4	2	3	3
42	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	4	4
43	4	4	4	4	2	2	1	2	4	3	2	3
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	2	2	3	3	1	2	1	1	3	2	2	3
46	3	2	4	4	3	3	2	2	2	3	3	3
47	4	4	4	4	3	4	1	3	4	3	4	4
48	4	3	4	3	4	4	2	3	3	2	3	3
49	3	2	4	3	2	3	1	2	2	1	3	3
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	2	1	4	4	4	4	1	1	3	1	3	3
52	2	2	3	3	2	4	2	3	3	2	3	3
53	4	3	4	4	4	3	2	4	3	3	3	4
54	2	2	4	3	2	2	1	3	3	1	3	3
55	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
56	4	2	4	3	3	3	1	2	3	3	2	3
57	4	2	4	4	2	4	1	2	4	1	3	4
58	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3
59	4	3	3	4	2	3	1	3	2	3	3	3
60	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3
61	2	2	2	3	3	3	1	1	3	3	3	3
62	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
63	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
64	4	4	2	4	3	4	1	3	4	2	4	3
65	3	2	3	3	3	3	1	2	3	4	2	3
66	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4

67	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4
68	4	4	4	4	3	3	1	2	4	2	3	4
69	3	1	3	3	2	3	1	3	3	2	2	3
70	4	3	4	4	3	2	1	4	4	3	4	4
71	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4
72	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
73	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4
74	4	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3
75	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
76	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2
77	4	4	4	4	1	2	2	4	4	1	4	4
78	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4
79	3	3	4	4	2	3	1	3	3	2	3	3
80	4	2	4	3	3	4	1	4	4	2	4	4
81	2	1	4	3	4	3	1	1	3	2	3	3
82	3	3	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4
83	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	3	4
84	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
85	4	3	4	4	3	3	1	1	3	3	4	4
86	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
87	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
88	3	3	4	3	4	4	3	3	4	2	3	4
89	3	3	4	3	3	3	2	2	4	1	3	3
90	4	4	4	4	3	4	2	4	4	2	4	4
91	4	2	4	4	4	4	2	4	3	3	4	4
92	4	3	4	3	4	4	2	3	3	2	3	4
93	4	2	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4
94	4	1	4	4	3	4	2	4	4	3	3	4
95	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
96	4	3	4	4	2	4	2	2	4	2	2	3

97	3	4	4	4	4	4	1	3	4	3	4	4
98	2	1	4	3	3	3	1	1	4	1	2	2
99	3	2	4	3	3	3	2	2	4	3	3	4
100	3	2	4	4	4	4	2	2	4	2	4	4
101	2	1	3	3	2	3	1	1	3	1	2	2
102	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4
103	2	1	4	4	2	3	1	1	3	2	3	3
104	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
105	3	2	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4
106	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	4	4
107	3	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4
108	2	2	4	4	3	4	2	4	4	3	3	4
109	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
110	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
111	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3
112	3	2	4	4	4	3	3	2	4	3	4	3
113	3	1	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4
114	3	2	3	4	4	4	2	3	3	2	4	4
115	3	1	4	4	4	4	1	3	4	3	3	4
116	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	4
117	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4
118	3	2	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4
119	4	4	3	4	3	4	2	4	3	3	4	4
120	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4
121	4	4	4	3	2	3	2	2	4	2	3	3
122	4	3	4	4	4	4	1	3	4	3	3	4
123	3	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4
124	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3
125	4	2	4	4	3	3	2	3	3	2	3	4
126	4	4	3	3	4	4	1	3	4	3	3	4

127	3	3	4	4	3	4	2	3	4	2	3	3
128	3	3	2	4	2	4	3	2	4	2	4	3
129	4	2	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4
130	4	3	4	3	3	3	2	3	4	3	4	3
131	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
132	3	3	4	4	3	3	2	3	4	3	2	4
133	3	2	4	3	2	3	1	2	3	2	3	3
134	3	3	3	4	2	2	3	2	4	2	3	3
135	4	3	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3
136	4	2	4	3	2	4	2	3	4	3	3	3
137	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3
138	4	3	4	3	4	3	2	4	4	2	3	4
139	4	2	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4
140	3	2	4	4	2	4	2	3	3	3	3	3
141	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3
142	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4
143	3	2	4	4	4	3	1	1	3	3	3	4
144	4	2	4	4	2	4	1	3	4	4	4	4
145	4	2	4	4	4	4	1	3	4	2	3	4
146	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	4	4
147	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3
148	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
149	3	3	4	4	2	2	1	2	4	2	3	2
150	3	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	4
151	3	1	4	4	1	4	1	3	2	1	2	4
152	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
153	3	2	4	3	3	3	1	2	3	3	3	3
154	3	3	4	3	3	4	2	3	4	3	4	3
155	4	4	4	4	4	4	1	4	4	2	2	4
156	3	2	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3

157	3	2	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
158	4	3	4	3	3	3	2	2	3	2	4	3
159	3	3	4	3	3	4	2	4	3	2	4	4
160	2	2	4	4	3	3	3	1	4	3	3	2
161	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
162	3	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4
163	2	2	4	4	4	4	2	1	4	4	4	4
164	3	2	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4
165	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
166	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	4
167	3	2	3	3	1	2	1	2	3	3	3	2
168	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
169	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4
170	3	3	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4
171	3	1	4	3	2	3	1	3	3	2	3	3
172	3	1	4	4	2	3	1	2	2	2	2	2
173	4	2	4	3	3	4	2	2	3	3	3	3
174	3	2	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4
175	4	4	4	4	2	3	1	2	4	4	4	4
176	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4
177	3	2	4	4	4	4	1	3	4	2	3	4
178	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2
179	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4
180	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4
181	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4
182	3	2	4	4	3	4	2	2	4	2	3	3
183	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
184	4	3	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4
185	3	1	4	4	3	4	1	1	4	1	4	4
186	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	4

187	3	2	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4
188	3	4	2	3	2	4	1	2	4	2	3	3
189	3	2	4	3	1	2	2	3	3	3	3	3
190	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3	4	4
191	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4
192	4	4	4	4	2	4	2	4	4	3	4	4
193	4	2	4	3	1	3	1	2	3	2	3	4
194	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	3
195	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	3	3
196	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
197	4	3	4	3	3	3	2	2	3	3	2	3
198	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
199	4	3	4	4	4	3	2	3	4	3	3	3
200	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3
201	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
202	3	4	3	3	3	3	1	2	4	2	3	3
203	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
204	3	2	4	3	3	3	2	1	3	2	3	3
205	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4
206	3	2	4	4	1	4	2	4	4	1	4	4
207	4	3	4	4	3	3	2	2	4	2	3	3
208	3	4	4	4	3	4	2	4	4	2	4	4
209	4	3	4	4	4	2	1	3	3	2	3	3
210	4	4	4	4	4	4	3	2	4	2	3	4
211	4	3	4	4	3	3	2	3	4	3	4	4
212	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
213	3	4	4	3	3	3	2	2	3	2	3	2
214	3	1	3	3	2	2	2	4	3	3	4	4
215	3	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3
216	1	1	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3

217	4	2	3	4	3	4	3	2	3	3	4	4
218	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
219	3	3	4	4	4	4	1	3	4	2	3	3
220	4	1	4	4	4	4	1	3	4	3	3	4
221	3	2	4	4	3	4	1	3	3	2	3	3
222	4	2	3	3	4	4	1	2	4	2	2	3
223	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3
224	3	2	3	3	3	3	2	1	4	3	1	3
225	2	2	4	4	4	2	1	1	3	3	4	4
226	2	2	2	4	3	3	2	1	3	4	2	2
227	2	2	4	4	3	4	2	2	4	2	3	4
228	4	3	4	4	4	4	2	3	4	2	4	4
229	4	3	4	3	4	4	2	4	3	3	4	3
230	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4
231	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4
232	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
233	3	4	4	4	3	3	2	2	4	4	2	3
234	3	2	3	3	2	4	2	3	4	3	3	3
235	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3
236	3	2	4	3	2	4	2	3	3	2	3	3
237	4	4	4	4	4	3	2	3	3	2	4	4
238	4	3	4	4	3	4	2	3	3	2	3	4
239	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
240	4	2	4	3	2	2	1	2	3	2	3	3
241	3	4	4	3	4	4	1	2	4	2	3	3
242	2	2	3	4	2	3	1	2	4	3	3	3
243	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
244	4	2	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3
245	4	4	4	4	3	4	1	3	4	2	3	4
246	4	3	4	3	3	3	2	2	4	3	4	4

247	4	4	4	4	2	4	1	3	4	4	4	4
248	1	4	4	4	4	4	1	3	4	4	4	3
249	3	2	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3
250	3	1	4	4	2	4	2	3	4	2	4	4
251	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3
252	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3
253	3	2	4	4	2	3	1	1	3	2	3	3
254	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
255	4	3	3	4	4	4	2	3	4	2	4	4
256	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3
257	4	2	4	4	1	3	1	3	4	1	3	4
258	4	2	4	4	3	4	2	3	3	3	3	4
259	4	2	3	4	4	4	2	2	3	4	2	4
260	4	3	4	4	2	3	2	4	4	2	3	3
261	2	2	3	3	3	3	2	2	4	3	2	3
262	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4
263	4	3	3	4	3	4	2	2	4	2	4	4
264	2	1	3	2	2	3	1	2	3	1	3	2
265	4	3	4	4	2	4	1	3	3	3	4	4
266	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	4	4
267	3	2	4	4	3	4	1	2	4	3	3	4
268	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4
269	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4
270	3	2	4	4	4	4	2	2	4	2	3	3
271	4	2	4	4	3	4	1	4	4	2	4	4
272	4	2	4	4	1	4	2	2	4	2	3	3
273	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
274	3	4	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3
275	4	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4
276	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4

277	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	2	4
278	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
279	4	4	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3
280	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3
281	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3
282	3	3	4	4	3	4	1	3	3	3	4	4
283	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
284	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	3	3
285	3	2	3	3	3	4	4	2	4	3	4	3
286	3	4	4	4	3	4	1	3	4	3	3	3
287	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4
288	3	2	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4
289	4	4	3	4	2	4	1	2	1	3	3	4
290	3	1	3	4	3	4	1	2	4	3	3	3
291	4	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	4
292	4	4	4	4	4	4	1	4	4	1	4	4
293	4	2	4	4	3	4	1	3	4	3	4	4
294	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	4
295	3	2	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3
296	3	2	4	4	4	3	1	2	4	2	2	3
297	3	3	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3
298	4	4	3	4	2	4	2	4	2	2	3	3
299	3	2	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3
300	3	2	4	4	3	4	1	3	4	3	1	3
301	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4
302	4	3	4	4	4	3	2	4	4	2	3	4
303	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
304	3	1	4	3	2	4	1	4	4	2	3	4
305	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
306	3	4	3	3	2	4	2	3	3	2	4	4

307	3	3	4	4	3	3	2	2	3	3	2	3
308	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3
309	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4
310	3	1	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4
311	2	2	4	4	4	3	2	2	3	2	2	2
312	3	4	3	4	4	3	1	3	4	2	3	4
313	4	3	4	4	3	3	1	2	3	2	3	3
314	4	3	4	4	4	4	1	3	4	3	4	4
315	4	2	4	4	4	3	3	4	3	2	2	3
316	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3
317	4	3	4	4	2	3	2	3	3	4	4	4
318	3	1	4	4	1	4	1	4	4	3	2	4
319	3	2	3	4	4	4	2	2	4	2	3	3
320	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3
321	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
322	4	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4
323	4	2	4	4	4	4	2	4	3	3	4	4
324	4	3	4	4	3	3	1	2	2	2	4	3
325	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
326	3	2	4	3	4	4	3	3	4	2	3	3
327	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
328	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4
329	4	2	4	4	2	2	1	4	3	3	4	4
330	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3
331	4	4	4	3	4	4	2	2	4	3	3	3
332	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
333	3	2	3	4	4	3	2	2	3	3	4	3
334	4	2	4	4	2	3	1	2	3	3	3	4
335	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
336	3	2	4	4	3	4	1	3	3	3	3	3

337	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3
338	4	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	3
339	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
340	3	3	4	4	3	3	2	2	4	3	3	4
341	3	1	4	4	4	4	1	1	4	2	4	4
342	4	4	3	4	4	4	1	2	3	3	3	4
343	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4
344	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
345	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
346	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4
347	4	3	4	4	4	4	2	2	4	3	4	4
348	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4
349	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4
350	4	3	4	3	2	2	2	2	3	2	2	2
351	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	4	4
352	3	2	4	4	2	4	1	4	4	3	4	4
353	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4
354	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
355	4	4	4	4	3	3	2	3	4	3	4	4
356	2	2	4	3	3	3	1	2	4	2	2	3
357	4	4	4	4	4	3	2	4	4	2	3	4
358	4	3	4	4	2	4	2	4	3	2	4	4
359	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4
360	4	4	4	4	3	4	1	2	2	4	4	4
361	3	2	4	4	4	4	2	2	4	3	4	4
362	4	3	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4
363	3	3	4	3	3	4	3	3	2	2	3	3
364	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
365	4	3	4	4	3	3	2	4	4	3	4	3
366	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4

367	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4
368	4	3	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4
369	3	2	4	4	3	3	1	4	3	2	3	3
370	4	3	4	4	3	4	2	2	3	3	4	4
371	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
372	3	3	4	3	2	4	1	2	4	1	4	4
373	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3
374	3	1	4	4	4	4	2	1	4	3	4	3
375	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
376	3	3	4	4	4	4	1	2	4	2	3	3
377	4	4	4	4	3	3	2	3	3	2	3	3
378	4	1	4	4	4	4	1	2	4	3	4	4
379	4	2	4	4	4	4	1	2	4	2	3	4
380	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4
381	2	2	4	3	1	3	1	1	3	2	1	3
382	3	2	3	4	3	3	2	3	4	2	3	3
383	4	3	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3
384	2	4	4	4	3	4	2	2	3	3	2	4
385	4	4	4	3	3	3	2	3	4	3	4	4
386	4	3	4	4	4	3	2	4	4	3	3	4
387	4	2	4	4	3	1	2	3	4	3	3	4
388	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	4	4
389	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
390	4	3	3	4	3	3	2	4	4	2	3	3
391	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4
392	4	3	3	4	2	4	1	4	4	2	3	3
393	4	3	4	3	4	4	2	4	4	3	2	3
394	3	1	4	3	3	4	2	2	4	4	3	3
395	4	2	4	4	4	4	1	4	4	3	4	4
396	3	2	4	4	3	4	2	4	3	3	4	4

397	2	1	3	4	3	4	1	1	3	2	2	3
398	3	3	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4
399	3	1	4	4	2	3	1	2	4	2	3	3
400	4	4	4	4	3	3	2	3	2	2	3	3

Sumber: Data Olahan Primer

b. Penyajian Data Pertukaran Informasi (X)

Perolehan jawaban angket yang telah dipaparkan diatas apabila dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 1
 Pernyataan: Saya seringkali mencari informasi mengenai perkuliahan melalui akun Twitter @collegemenfess.

Tabel 4.6
 Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	.5	.5	.5
	TS	26	6.5	6.5	7.0
	S	148	37.0	37.0	44.0
	SS	224	56.0	56.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa sebanyak 224 orang memilih mencari informasi perkuliahan yang dibutuhkan melalui *autobase* @collegemenfess. Sedangkan 2 orang

memilih sangat tidak setuju atas pernyataan tersebut, 26 orang memilih tidak setuju, dan 148 orang memilih setuju atas pernyataan tersebut.

2) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 2

Pernyataan: Dalam kurun waktu satu hari saya mengunjungi akun Twitter @collegemenfess sebanyak 3 kali atau bahkan lebih.

Tabel 4.7
Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	28	7.0	7.0	7.0
	TS	117	29.3	29.3	36.3
	S	125	31.3	31.3	67.5
	SS	130	32.5	32.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa dalam kurun waktu satu hari sebanyak 255 orang mengunjungi akun @collegemenfess sebanyak 3 kali ataupun lebih. Sedangkan orang yang jarang mengunjungi akun tersebut sebanyak 145 orang.

- 3) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 3
 Pernyataan: Saya seringkali menjumpai postingan *menfess* akun @collegemenfess yang berisi informasi perkuliahan pada *timeline*.

Tabel 4.8
 Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	.5	.5	.5
	TS	12	3.0	3.0	3.5
	S	71	17.8	17.8	21.3
	SS	315	78.8	78.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa sebanyak 386 orang menyetujui pernyataan yang menyatakan bahwa sering menjumpai *menfess* @collegemenfess pada *timeline*. Sedangkan 14 orang jarang menjumpainya.

- 4) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 4
 Pernyataan: Saya merasa pertukaran informasi yang dilakukan pada akun @collegemenfess sangat praktis.

Tabel 4.9
Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	1.3	1.3	1.3
	S	100	25.0	25.0	26.3
	SS	295	73.8	73.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa dari 400 responden, 395 orang diantaranya menyetujui pernyataan yang menyatakan bahwa proses pertukaran informasi yang terjadi pada *autobase @collegemenfess* sangatlah praktis.

- 5) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 5
Pernyataan: Saya mengikuti *base @collegemenfess* untuk berkomunikasi dengan banyak orang dalam satu waktu.

Tabel 4.10
Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	11	2.8	2.8	2.8
	TS	60	15.0	15.0	17.8
	S	141	35.3	35.3	53.0

SS	188	47.0	47.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa dari 400 responden, 188 orang memilih sangat setuju dengan pernyataan mengikuti *base @collegemenfess* untuk berkomunikasi dengan banyak orang dalam satu waktu. Sedangkan 141 memilih setuju, 60 orang tidak setuju, dan 11 orang memilih sangat tidak setuju.

6) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 6

Pernyataan: Saya merasa forum diskusi yang tersedia pada kolom komentar membuat saya dengan cepat memberikan pendapat atau bertanya mengenai topik yang menjadi pembahasan saat itu.

Tabel 4.11
Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.3	.3	.3
	TS	16	4.0	4.0	4.3
	S	130	32.5	32.5	36.8
	SS	253	63.2	63.2	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa dari 400 responden, 383 orang setuju dengan anggapan bahwa kolom komentar sebagai forum diskusi sangat membantu dalam proses pertukaran informasi.

7) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 7

Pernyataan: Saya seringkali membagikan keseharian saya saat dalam masa perkuliahan pada seluruh *followers* akun @collegemenfess.

Tabel 4.12
Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	106	26.5	26.5	26.5
	TS	172	43.0	43.0	69.5
	S	76	19.0	19.0	88.5
	SS	46	11.5	11.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa dari 400 responden, 278 orang jarang atau bahkan hampir tidak pernah membagikan kegiatan keseharian mereka saat masa perkuliahan pada *autobase* @collegemenfess.

8) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 8

Pernyataan: Saya seringkali mencari informasi mengenai perkuliahan pada akun @collegemenfess dibandingkan mencarinya pada internet (Google).

Tabel 4.13
Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	21	5.3	5.3	5.3
	TS	100	25.0	25.0	30.3
	S	154	38.5	38.5	68.8
	SS	125	31.3	31.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa dari 400 responden, 125 orang memilih sangat setuju, 154 orang memilih setuju, 100 orang memilih tidak setuju, dan 21 orang memilih sangat tidak setuju.

9) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 9

Pernyataan: Saya pernah memberikan tanggapan atau jawaban atas informasi yang sedang ditanyakan melalui *base* @collegemenfess.

Tabel 4.14
Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.3	.3	.3
	TS	12	3.0	3.0	3.3
	S	133	33.3	33.3	36.5
	SS	254	63.5	63.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui bahwa dari 400 responden, 387 orang diantaranya seringkali memberikan tanggapan atas postingan *menfess* oleh @collegemenfess.

10) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 10
Pernyataan: Informasi yang dibagikan melalui akun @collegemenfess dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

Tabel 4.15
Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	16	4.0	4.0	4.0
	TS	133	33.3	33.3	37.3
	S	192	48.0	48.0	85.3
	SS	59	14.8	14.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa 251 orang mempercayai bahwa informasi yang dibagikan melalui *autobase @collegemenfess* dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Sedangkan 149 orang sisanya meragukan atas kebenaran informasi tersebut.

11) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 11

Pernyataan: Saya seringkali mendapat jawaban atas informasi perkuliahan yang sedang saya butuhkan.

Tabel 4.16
Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	1.0	1.0	1.0
	TS	33	8.3	8.3	9.3
	S	187	46.8	46.8	56.0
	SS	176	44.0	44.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel 4.16 diketahui bahwa dari 400 responden, 176 orang memilih sangat setuju, 187 orang memilih setuju, 33 orang memilih tidak setuju, dan 4 orang memilih sangat tidak setuju.

12) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 12

Pernyataan: Saya merasa akan terus menggunakan akun @collegemenfess sebagai sarana pertukaran informasi perkuliahan dengan *followers* lainnya.

Tabel 4.17
Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	14	3.5	3.5	3.5
	S	148	37.0	37.0	40.5
	SS	238	59.5	59.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa dari 400 responden, 386 orang diantaranya akan terus menggunakan akun @collegemenfess sebagai sarana pertukaran informasi perkuliahan dengan *followers* lainnya. Sedangkan 14 orang diantaranya tidak setuju.

c. Data Keseluruhan Jawaban Variabel Kepuasan Followers (Y)

Tabel 4.18
Data Keseluruhan Jawaban Variabel Kepuasan Followers (Y)

No. Responden	Pernyataan											
	1 3	1 4	1 5	1 6	1 7	1 8	1 9	2 0	2 1	2 2	2 3	2 4
1	4	4	4	3	3	2	4	3	4	1	3	3

2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3
3	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4
4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	2	4	4
5	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4
6	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	2	4
7	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
9	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
10	4	4	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3
11	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	4
12	4	4	2	4	3	2	3	4	3	2	3	4
13	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
14	2	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4
15	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4
16	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4
17	4	4	4	3	4	3	4	2	4	3	1	4
18	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	4
19	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4
20	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	4
21	4	4	3	3	4	2	3	4	3	2	3	4
22	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3
23	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4
24	3	4	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3
25	2	3	2	2	3	2	2	3	4	2	1	3
26	3	3	4	2	4	2	3	3	4	2	3	4
27	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	4
28	4	4	3	4	2	3	3	3	4	3	3	4
29	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4
30	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3
31	4	4	4	3	4	2	2	4	4	3	3	4

32	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4
33	4	4	2	3	4	1	2	4	4	3	4	4
34	3	4	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4
35	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4
36	3	3	3	2	3	3	4	4	3	2	4	4
37	4	4	4	3	3	4	3	4	4	2	3	4
38	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	4
39	4	4	4	3	3	1	4	4	4	3	3	4
40	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	3	4
41	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	4
42	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
43	4	4	3	2	2	1	3	3	3	3	2	3
44	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
45	4	4	4	3	2	2	3	3	3	2	2	3
46	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4
47	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4
48	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
49	3	3	3	2	2	1	3	4	3	2	3	3
50	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
51	3	4	4	4	4	2	4	3	4	1	1	3
52	3	3	3	2	3	2	2	4	2	3	2	4
53	4	4	4	4	4	2	2	4	3	3	3	4
54	4	4	4	3	2	2	4	4	3	2	3	3
55	3	4	4	4	4	4	2	2	4	3	3	4
56	4	4	3	3	3	2	4	3	3	3	2	4
57	4	4	4	3	2	3	4	4	4	1	2	4
58	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4
59	3	4	4	3	3	2	4	4	4	3	3	3
60	3	3	2	2	2	3	4	3	3	2	3	3
61	2	4	4	3	4	2	4	4	4	3	3	4

62	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
63	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
64	4	4	3	4	4	3	3	4	4	2	4	4
65	3	4	4	3	3	4	2	3	4	3	2	4
66	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
68	4	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	4
69	3	3	2	1	2	1	3	3	3	3	3	4
70	4	4	4	2	2	3	2	4	4	3	4	4
71	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4
72	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
73	4	4	3	3	4	3	2	4	4	3	4	4
74	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
75	4	3	3	4	4	3	3	4	3	2	4	4
76	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	1	4
77	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	4
78	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
79	4	3	2	2	2	2	4	3	4	2	2	4
80	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4
81	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	1	4
82	4	4	4	3	4	1	2	4	4	3	3	4
83	4	4	3	3	4	3	4	4	4	2	4	4
84	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4
85	4	4	4	3	3	3	2	4	4	2	3	4
86	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
88	3	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4
89	3	3	3	3	2	1	3	3	1	1	3	3
90	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	4
91	4	4	4	3	4	3	2	3	4	2	4	4

92	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4
93	4	4	4	4	2	2	3	4	4	3	2	4
94	4	4	4	3	3	4	4	4	3	2	2	4
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	4	4	3	2	1	2	3	4	2	2	3
97	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4
98	3	3	3	2	3	2	4	4	4	1	1	3
99	4	4	3	3	3	3	4	4	3	2	4	4
100	4	4	4	3	3	1	4	4	4	2	3	4
101	2	3	3	1	3	1	4	3	4	2	1	2
102	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
103	2	4	4	2	1	3	4	1	4	1	2	4
104	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
105	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
106	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4
107	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4
108	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4
109	4	4	4	3	4	4	2	4	3	4	4	4
110	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4
111	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4
112	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4
113	4	4	4	3	4	4	3	3	4	2	3	4
114	4	4	4	4	3	2	2	4	4	3	3	4
115	4	4	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4
116	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
117	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	4	4
118	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4
119	4	4	4	3	2	3	2	3	4	3	3	4
120	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4
121	3	4	3	3	3	2	3	4	3	2	4	4

122	4	4	4	3	4	3	4	2	4	3	3	4
123	4	4	4	3	4	3	3	4	4	2	4	4
124	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4
125	4	4	4	3	3	2	2	4	4	2	3	4
126	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4
127	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4
128	4	4	4	4	4	3	3	4	4	1	3	3
129	4	4	4	3	3	2	3	4	4	3	2	4
130	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4
131	4	4	4	3	3	2	2	4	4	3	4	4
132	4	4	3	3	2	2	3	4	4	4	3	4
133	3	4	4	3	2	2	3	3	3	2	2	4
134	4	4	3	3	2	4	4	2	4	2	3	3
135	4	4	3	2	3	4	2	4	4	2	3	4
136	4	3	3	3	2	2	4	3	4	3	3	4
137	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
138	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4
139	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4
140	4	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3
141	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4
142	4	4	3	3	4	4	3	3	4	2	3	4
143	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	2	4
144	4	4	4	4	1	1	2	4	3	3	3	4
145	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	3	4
146	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
147	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3
148	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
149	2	4	4	2	1	1	2	3	3	2	4	4
150	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4
151	4	4	4	2	2	1	4	4	4	2	1	4

152	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
153	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3
154	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4
155	4	4	4	2	4	1	4	4	4	3	3	3
156	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2	2	4
157	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4
158	4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3
159	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4
160	2	3	2	2	2	2	4	3	4	3	2	3
161	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
162	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	2	4
163	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4
164	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	2	4
165	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
166	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	3	4
167	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	2	3
168	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
169	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4
170	4	4	4	3	4	3	2	3	4	3	4	4
171	4	3	3	3	2	1	3	2	3	2	3	4
172	3	4	4	3	2	4	3	3	4	2	3	3
173	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	2	3
174	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
175	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4
176	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
177	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	4
178	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	4
179	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4
180	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
181	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4

182	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4
183	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
184	4	4	4	3	4	4	2	4	4	3	3	4
185	4	4	4	1	1	1	4	4	4	3	2	4
186	4	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4
187	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4
188	4	4	2	2	3	2	4	3	4	2	3	4
189	3	3	4	3	2	2	3	4	3	3	3	3
190	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4
191	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
192	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4
193	4	4	3	4	3	2	3	3	4	2	2	3
194	3	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	3
195	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	4	4
196	4	4	4	3	2	2	3	4	3	3	3	3
197	3	4	2	3	4	2	3	3	3	3	2	4
198	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4
199	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4
200	4	4	4	2	3	1	4	3	3	3	3	3
201	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	3	4
202	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
203	4	4	4	3	4	3	3	4	4	2	4	4
204	3	4	2	2	3	3	3	4	3	2	2	4
205	4	4	3	4	3	3	2	4	3	3	4	4
206	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4
207	3	3	3	3	3	2	3	4	4	2	3	4
208	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4
209	3	3	3	2	3	2	4	4	4	2	3	4
210	4	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3	4
211	4	4	4	2	2	2	4	4	3	3	2	4

212	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
213	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	4
214	4	4	4	3	3	2	4	4	4	2	4	4
215	3	4	4	3	4	3	3	4	3	2	3	4
216	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
217	4	4	4	4	3	2	2	4	2	3	4	4
218	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
219	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	2	4
220	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4
221	3	4	3	3	3	2	2	4	4	3	1	4
222	4	4	4	2	4	2	3	4	4	2	3	4
223	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4
224	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
225	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
226	2	4	4	4	1	2	4	3	4	2	2	4
227	4	4	4	3	2	3	4	4	4	2	2	4
228	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
229	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
230	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4
231	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4
232	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4
233	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
234	3	4	4	3	3	3	3	2	3	2	2	4
235	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4
236	3	3	3	4	3	3	2	4	4	2	2	4
237	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	4	4
238	3	4	4	3	4	4	2	3	4	2	3	4
239	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
240	3	4	4	3	2	2	3	4	4	2	2	4
241	2	4	4	4	4	4	4	3	4	1	1	4

242	3	4	4	2	2	2	4	3	4	2	2	4
243	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4
244	4	3	3	3	4	3	2	4	4	3	3	4
245	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4
246	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	3	4
247	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4
248	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3
249	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
250	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	3	4
251	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3
252	2	4	4	4	3	2	4	3	3	1	2	3
253	3	4	2	2	2	2	4	3	3	2	2	3
254	4	4	4	4	3	3	2	4	4	3	3	4
255	4	4	4	4	4	4	2	4	3	2	3	4
256	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
257	3	4	1	2	1	2	1	2	4	2	1	4
258	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3	4	4
259	4	4	4	3	3	2	4	4	4	2	3	4
260	4	4	4	3	2	2	4	4	2	2	3	3
261	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3
262	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
263	3	4	4	2	3	4	2	4	4	3	4	4
264	3	3	3	2	2	2	4	2	3	2	2	3
265	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4
266	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
267	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
268	4	4	4	4	4	2	2	3	4	2	3	4
269	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	3	4
270	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3
271	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	4

272	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3
273	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
274	3	4	4	4	3	2	3	3	4	3	2	4
275	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	3	4
276	4	4	4	4	1	1	4	3	4	3	1	4
277	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	4
278	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
279	3	4	4	3	4	3	2	4	4	3	3	4
280	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
281	3	4	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3
282	4	4	3	3	3	3	2	4	4	3	4	3
283	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
284	4	4	4	2	4	3	4	4	4	3	3	4
285	3	4	3	2	3	4	4	3	3	2	3	4
286	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4
287	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4
288	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4
289	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4
290	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4
291	4	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4
292	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
293	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4
294	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
295	4	4	3	2	3	3	4	2	3	2	2	3
296	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	3	4
297	4	4	4	3	3	3	4	3	4	2	3	4
298	4	4	4	4	3	4	2	4	3	2	3	4
299	4	4	4	3	4	2	4	4	3	3	4	4
300	3	4	3	3	2	4	3	4	3	2	3	4
301	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4

302	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4
303	4	4	4	4	2	1	3	4	4	3	4	4
304	4	4	4	3	3	3	3	4	4	1	2	4
305	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
306	4	4	4	2	2	3	4	4	4	2	3	4
307	3	4	4	4	3	2	3	3	4	3	2	4
308	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3
309	4	4	4	4	4	4	1	2	3	3	3	4
310	4	4	3	3	2	3	4	3	4	3	3	4
311	3	4	4	4	3	2	3	4	4	2	3	4
312	4	4	4	3	4	4	3	3	4	2	3	4
313	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3
314	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4
315	4	3	3	4	3	2	4	4	3	2	3	4
316	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
317	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	3	4
318	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
319	4	4	4	3	3	2	3	4	4	2	2	4
320	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4
321	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
322	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4
323	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4
324	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4
325	4	3	4	2	4	3	3	3	4	3	3	3
326	3	4	3	3	3	4	2	4	4	2	3	4
327	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
328	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4
329	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4
330	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3
331	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4

332	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
333	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3
334	4	4	3	2	2	2	3	4	4	3	3	4
335	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
336	3	3	3	3	3	1	4	3	3	2	2	4
337	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4
338	4	4	3	4	3	3	1	3	4	2	3	4
339	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
340	4	4	3	2	3	2	3	3	4	3	2	4
341	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
342	4	4	4	2	4	2	3	4	4	3	4	4
343	4	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	4
344	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
345	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
346	4	4	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4
347	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
348	4	4	4	4	3	3	2	3	4	3	4	4
349	4	4	4	4	4	2	3	4	4	2	3	4
350	3	3	3	2	1	2	4	2	4	2	2	4
351	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4
352	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4
353	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4
354	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
355	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4
356	3	4	4	4	3	2	4	3	2	2	2	4
357	4	4	4	3	3	3	2	3	4	2	3	4
358	4	4	4	4	3	2	2	4	4	3	4	4
359	4	4	4	3	3	3	2	3	4	2	3	4
360	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	2	4
361	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4

362	4	4	4	3	2	2	4	4	3	3	3	4
363	4	4	3	3	3	3	2	3	4	2	3	4
364	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4
365	4	4	3	2	3	3	2	3	4	3	3	4
366	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
367	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4
368	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4
369	3	4	3	3	3	1	4	4	4	3	3	3
370	4	4	3	3	4	2	3	4	4	2	3	4
371	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
372	4	4	1	3	4	4	2	4	4	2	4	4
373	3	4	3	3	2	2	4	3	4	2	2	3
374	3	4	4	4	4	2	2	3	4	2	2	4
375	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
376	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	2	4
377	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
378	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
379	4	4	4	2	3	3	3	4	4	2	3	4
380	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4
381	4	4	4	4	2	1	3	3	3	1	1	3
382	3	4	4	2	2	2	3	3	3	2	3	4
383	4	4	4	3	4	4	3	4	3	2	3	4
384	4	4	3	3	3	2	4	2	4	4	4	4
385	4	4	3	4	3	2	4	4	4	3	3	4
386	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	3	4
387	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4
388	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4
389	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
390	3	3	3	3	3	2	2	4	4	2	4	4
391	4	4	4	3	1	3	3	3	3	3	3	4

392	3	4	4	2	3	2	4	3	4	1	3	4
393	4	4	4	2	4	2	3	3	4	3	3	4
394	3	3	3	3	3	2	2	4	4	2	3	4
395	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
396	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
397	4	3	3	3	3	2	4	4	4	2	3	3
398	4	4	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4
399	4	4	4	3	2	2	3	4	3	2	3	4
400	4	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	4

Sumber: Data Olahan Primer

d. Penyajian Data Kepuasan Followers (Y)

Perolehan jawaban angket yang telah dipaparkan diatas apabila dijabarkan sebagai berikut:

1) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 13

Pernyataan: Saya mengikuti akun Twitter @collegemenfess untuk mendapatkan informasi perkuliahan.

Tabel 4.19
Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	11	2.8	2.8	2.8
	S	91	22.8	22.8	25.5
	SS	298	74.5	74.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel 4.19 diketahui bahwa dari 400 responden, 389 orang diantaranya mengikuti akun @collegemenfess untuk memperoleh informasi perkuliahan.

- 2) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 14
 Pernyataan: Saya merasa mudah untuk mengunjungi akun Twitter @collegemenfess.

Tabel 4.20
 Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	61	15.3	15.3	15.3
	SS	339	84.8	84.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa seluruh jumlah responden menyetujui adanya pernyataan bahwa mereka tidak merasa kesulitan untuk mengunjungi profil atau akun *autobase* @collegemenfess.

- 3) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 15
 Pernyataan: Saya merasa mudah mengakses setiap informasi yang

disuguhkan atau diposting oleh akun @collegemenfess.

Tabel 4.21
Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	.5	.5	.5
	TS	13	3.3	3.3	3.8
	S	115	28.7	28.7	32.5
	SS	270	67.5	67.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel 4.21 diketahui bahwa dari 400 responden, 270 orang memilih sangat setuju, 115 orang memilih setuju, 13 orang memilih tidak setuju, dan 2 orang sisanya memilih sangat tidak setuju.

4) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 16

Pernyataan: Saya merasa untuk mendapatkan informasi perkuliahan yang saya kehendaki melalui akun @collegemenfess tidak memerlukan waktu yang lama.

Tabel 4.22
Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	.8	.8	.8
	TS	57	14.2	14.2	15.0
	S	176	44.0	44.0	59.0
	SS	164	41.0	41.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel 4.22 diketahui bahwa dari 400 responden, 340 responden menyetujui adanya pernyataan bahwa untuk mendapatkan informasi perkuliahan yang dikehendaki pada *autobase* @collegemenfess tidak menghabiskan waktu yang singkat. Sedangkan 60 orang sisanya menganggap bahwa untuk mendapatkan informasi yang dikehendaki memerlukan waktu yang lama.

- 5) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 17
Pernyataan: Setelah mengikuti akun @collegemenfess saya lebih mudah berkomunikasi dengan banyak orang dalam satu waktu.

Tabel 4.23
Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	9	2.3	2.3	2.3
	TS	48	12.0	12.0	14.2
	S	160	40.0	40.0	54.3
	SS	183	45.8	45.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel 4.23 diketahui bahwa 343 dari total 400 responden menyetujui bahwa dengan adanya *autobase* @collegemenfess dapat memudahkannya untuk berkomunikasi dengan banyak orang dalam satu waktu. Sedangkan 48 orang bagiannya memilih tidak setuju, dan 9 orang sisanya memilih sangat tidak setuju.

6) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 18

Pernyataan: Saya seringkali ikut menimbrung pada orang yang tengah berdiskusi pada kolom komentar postingan akun @collegemenfess.

Tabel 4.24
Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	22	5.5	5.5	5.5
	TS	101	25.3	25.3	30.8
	S	149	37.3	37.3	68.0
	SS	128	32.0	32.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa dari 400 responden, 277 orang diantaranya aktif mengikuti diskusi yang sedang berlangsung pada kolom komentar postingan @collegemenfess. Sedangkan 123 orang sisanya hanya mengamati dan tidak ikut terlibat aktif didalamnya.

- 7) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 19
 Pernyataan: Saya seringkali mengabaikan postingan yang menurut saya tidak cukup penting atau menarik untuk ditanggapi.

Tabel 4.25
 Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	.8	.8	.8
	TS	72	18.0	18.0	18.8
	S	163	40.8	40.8	59.5
	SS	162	40.5	40.5	100.0

Total	400	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel 4.25 diketahui bahwa 325 dari jumlah 400 responden mengaku seringkali mengabaikan postingan yang tidak penting atau tidak termasuk dalam konteks perkuliahan. Sedangkan 75 sisanya memilih tidak setuju dan tetap menanggapi postingan yang tidak termasuk dalam konteks perkuliahan.

8) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 20

Pernyataan: Saya seringkali menemukan informasi perkuliahan yang belum saya ketahui sebelumnya.

Tabel 4.26
Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 20

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.3	.3	.3
	TS	15	3.8	3.8	4.0
	S	117	29.3	29.3	33.3
	SS	267	66.8	66.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa dari 400 responden, 384 orang diantaranya mengaku seringkali

mendapatkan ilmu atau informasi baru yang sebelumnya belum ia ketahui. Sedangkan 16 orang sisanya memilih tidak setuju.

9) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 21

Pernyataan: Saya hanya membagikan informasi yang bersifat kebenaran.

Tabel 4.27
Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 21

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.3	.3	.3
	TS	8	2.0	2.0	2.3
	S	119	29.8	29.8	32.0
	SS	272	68.0	68.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel 4.27 diketahui bahwa 391 dari jumlah 400 responden mengaku hanya membagikan informasi yang bersifat kebenaran.

10) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 22

Pernyataan: Saya merasa informasi yang saya dapatkan dari akun @collegemenfess sepenuhnya dapat dipercaya.

Tabel 4.28
Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 22

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	12	3.0	3.0	3.0
	TS	131	32.8	32.8	35.8
	S	200	50.0	50.0	85.8
	SS	57	14.2	14.2	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa dari 400 responden, 257 orang bagiannya memilih menyetujui adanya pernyataan tersebut. Sedangkan 143 orang sisanya memilih tidak setuju.

11) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 23

Pernyataan: Saya merasa seringkali informasi yang saya dapatkan melalui akun @collegemenfess membantu saya dalam menyelesaikan tugas perkuliahan saya.

Tabel 4.29
Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 23

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	14	3.5	3.5	3.5
	TS	62	15.5	15.5	19.0
	S	197	49.3	49.3	68.3

SS	127	31.8	31.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel 4.29 diketahui bahwa dari 400 responden, 324 orang bagiannya mengaku telah terbantu dalam menyelesaikan tugas perkuliahnya berkat informasi yang didapatkan melalui *autobase @collegemenfess*. Sedangkan 76 orang sisanya tidak merasa terbantu akan hal itu.

12) Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 24

Pernyataan: Saya merasa senang mengetahui adanya *base @collegemenfess* dan memutuskan untuk terus mengikutinya.

Tabel 4.30
Jawaban Responden Pada Butir Soal Angket 24

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	.3	.3	.3
	S	62	15.5	15.5	15.8
	SS	337	84.3	84.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel 4.30 diketahui bahwa dari 400 responden, 399 orang diantaranya akan terus mengikuti akun

@collegemenfess. Sedangkan 1 orang diantaranya memilih tidak setuju.

C. Pengujian Hipotesis

1. Uji Prasyarat

Data yang telah terkumpul selanjutnya dilakukannya uji prasyarat untuk mengetahui apakah data tersebut layak untuk dianalisis menggunakan teknik statistik yang telah ditentukan sebelumnya. Dimana pada penelitian ini, peneliti berencana menggunakan rumus statistik korelasi Product Moment.

Untuk melaksanakan rencana tersebut, terlebih dahulu data yang telah terkumpul diuji normalitas, dan kemudian dilanjutkan dengan uji linearitas, sehingga baru kemudian dapat dilakukan uji hipotesis dengan rumus statistik yang telah ditentukan sebelumnya. Berikut adalah hasil dari uji normalitas dan uji linearitas yang telah dilakukan oleh peneliti dengan bantuan SPSS versi 26.0:

a. Uji Normalitas

Untuk mengetahui data berdistribusi secara normal atau tidak, maka dilakukanlah uji normalitas. Uji normalitas dapat dilakukan dengan 2 cara, yakni dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dan uji X^2 .⁵⁶ Uji Kolmogorov-Smirnov digunakan oleh peneliti untuk membuat pilihan, tetapi menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov

⁵⁶ Uswatun Khasanah, *Analisis Regresi*, ed. by Budi Asyhari (Yogyakarta: UAD PRESS, 2021). 7.

pada data yang kecil, tidak seimbang, dan distribusi buruk besar kemungkinan menghasilkan hasil yang salah.⁵⁷ Salah satu alternatif dalam uji Kolmogorov Smirnov dapat menggunakan metode Monte Carlo dengan pemanfaatan bilangan acak dengan pengembangan yang sistematis.⁵⁸

Apabila nilai Monte Carlo Sig.(2-tailed) yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal (Sig > 0,05). Sebaliknya, jika nilai Sig.(2-tailed) yang dihasilkan lebih kecil dari 0,05 maka data berdistribusi tidak normal (Sig < 0,05).

Tabel 4.5
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N	400	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.69167322
	Absolute	.051

⁵⁷ Yiu Kuen Tse, *Nonlife Actuarial Models : Theory, Methods and Evaluation* (New York: Cambridge University Press, 2009). 436.

⁵⁸ Imam Mustofa and Mursidah Nurfadillah, 'Analisis Pengaruh Price Earning Ratio Dan Earning Per Share Terhadap Return Saham Pada Sub Sektor Property and Real Estate Yang Terdaftar Di BEI', *Borneo Student Research*, 2.2 (2021). 1463.

<https://journals.umkt.ac.id/index.php/bsr/article/view/1959>

Most Extreme Differences	Positive		.051
	Negative		-.049
Test Statistic			.051
Asymp. Sig. (2-tailed)			.013 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.234 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.223
		Upper Bound	.245

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa nilai Monte Carlo Sig.(2-tailed) mencapai 0,234^d. Maka nilai signifikansi untuk efektivitas pertukaran informasi terhadap kepuasan *followers* lebih besar dari 0,05 ($0,234 > 0,05$), dapat dikatakan data berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linear dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel independen dengan variabel dependen memiliki hubungan linear atau tidak. Kriteria signifikansi linearitas data sebagai berikut:

- 1) Jika *Deviation from linearity* Sig $> 0,05$ maka terdapat hubungan linear.

- 2) Jika *Deviation from linearity Sig* < 0,05 maka tidak terdapat hubungan linear.⁵⁹

Tabel 4.6
Uji Linearitas
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan * Pertukaran	Between Groups	(Combine d)	4121.233	24	171.718	23.486	.000
		Linearity	3972.201	1	3972.201	543.291	.000
		Deviation from Linearity	149.032	23	6.480	.886	.618
		Within Groups	2741.765	375	7.311		
		Total	6862.998	399			

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan tabel 4.32 diketahui bahwa nilai *Deviation from linearity* mencapai 0,618 yang berarti lebih besar dari nilai 0,05 ($0,618 > 0,05$), maka dapat dikatakan bahwa efektivitas pertukaran informasi dengan kepuasan *followers* memiliki hubungan linear.

2. Uji Hipotesis Pearson Product Moment

Pembuktian atas hipotesis dua variabel dengan data yang berbentuk *interval* atau *ratio*

⁵⁹ Agustina Marzuki, Crystha Armareo, and Fitri Rahayu, Pipit, *Praktikum Statistik*, Ahlimedia Press (Malang: Ahlimedia Press, 2020). 107.

dapat menggunakan teknik korelasi uji Pearson Product Moment. Dan kedua variabel atau lebih tersebut memiliki sumber yang sama.⁶⁰

Nilai korelasi Pearson Product Moment berkisar antara -1 s/d 1 dengan interpretasi sebagai berikut:

- a. $r_{xy} = r = 0$ berarti variabel X dan Y tidak berkorelasi secara linear
- b. $r_{xy} = r = 1$ berarti variabel X dan Y berkorelasi positif (sempurna). Artinya makin besar nilai X, maka makin besar pula nilai Y.
- c. $r_{xy} = r = -1$ berarti variabel X dan Y berkorelasi negatif (sempurna). Artinya makin besar nilai X, maka makin kecil nilai Y.⁶¹

Tabel 4.7
Uji Hipotesis Pearson Product Moment

Correlations

		Pertukaran	Kepuasan
Pertukaran	Pearson Correlation	1	.761**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	400	400
Kepuasan	Pearson Correlation	.761**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, 228.

⁶¹ Yanto, *Konsep Dasar Dan Aplikasi Statistika Inferensi Untuk Teknik Industri*, ed. by Ida Zulaidah (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2020). 149.
[https://www.google.co.id/books/edition/Konsep dasar dan aplikasi statistika inf/KzXLDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Nilai+korelasi+berkisar+antara&pg=PA179&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Konsep%20dasar%20dan%20aplikasi%20statistika%20inf/KzXLDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Nilai+korelasi+berkisar+antara&pg=PA179&printsec=frontcover)

N	400	400
---	-----	-----

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS versi 26.0

Jika dilihat dari tabel 4.33, dari total 400 responden, nilai signifikansi yang didapatkan adalah 0,000. Dengan dasar keputusan bahwa nilai signifikansi $< 0,05$ maka berkorelasi. Maka jika dalam penelitian ini $0,000 < 0,05$, dapat ditarik kesimpulan bahwa ada korelasi antara efektivitas pertukaran informasi dengan kepuasan *followers*.

Nilai pearson pada tabel diatas mencapai angka 0,761 yang berarti bahwa ada korelasi positif sebesar 0,761 antara efektivitas pertukaran informasi dengan kepuasan *followers*.

Untuk dapat memberikan penafsiran atas hasil perhitungan tersebut memiliki nilai yang besar atau kecil, maka dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8

Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Hasil Tingkatan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Tinggi
0,80-1,000	Sangat tinggi

Sugiyono (2016: 184).⁶²

⁶² Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*. 230.

Jika didasarkan pada tabel pedoman tersebut, maka nilai pearson 0,761 berada pada interval 0,60-0,799 yang berarti variabel X dan variabel Y dalam penelitian ini memiliki tingkat hubungan tinggi atau kuat.

Dalam analisis korelasi umumnya nilai koefisien korelasi dikuadratkan atau bernilai dua kali lipat dari seharusnya yang disebut dengan istilah koefisien determinasi.⁶³ Maka koefisien determinasinya adalah $0,761^2 = 0,5791$. Hal ini berarti kepuasan *followers* akun Twitter @collegemenfess 57,91% dipengaruhi oleh proses pertukaran informasi yang terjadi pada akun tersebut. Sedangkan 42,09% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Peneliti melakukan uji hipotesis Pearson Product Moment dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

- a. H_a : Ada efektivitas pertukaran informasi terhadap kepuasan *followers* akun twitter @collegemenfess.
- b. H_0 : Tidak ada efektivitas pertukaran informasi terhadap kepuasan *followers* akun twitter @collegemenfess.

Dengan pedoman untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, atau nilai pearson-value pada kolom $>$ level of significant (α) maka H_a diterima

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, 231.

- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, atau nilai pearson-value pada kolom $<$ level of significant (α) maka H_a ditolak

Berdasarkan tabel 4.33 nilai pearson correlation (r_{hitung}) adalah 0,761. Sedangkan nilai r_{tabel} 400 orang dengan taraf signifikansi 5% adalah 0,098.⁶⁴ Dapat ditarik kesimpulan bahwa $0,761 > 0,098$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada pengaruh atau ada efektivitas pertukaran informasi terhadap kepuasan *followers* akun Twitter @collegemenfess.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Perspektif Teoritis

Data yang terkumpul dari 400 responden sebelumnya akan dijabarkan oleh peneliti dalam pembahasan ini.

Peneliti melakukan uji korelasi Pearson Product Moment dengan menggunakan SPSS versi 26.0 for windows dan didapatkannya nilai $0,761 > 0,098$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga ditarik kesimpulan ada pengaruh atau ada efektivitas pertukaran informasi terhadap kepuasan *followers* akun Twitter @collegemenfess.

Dengan didapatkannya nilai 0,761 maka diketahui adanya hubungan positif dengan dengan tingkat hubungan tinggi atau kuat antara pertukaran informasi terhadap kepuasan *followers* akun Twitter @collegemenfess.

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, 373.

Maka dengan hasil temuan penelitian tersebut selaras dengan teori *Uses and Gratifications*. Dalam teori tersebut dinyatakan bahwa pengguna media merupakan pihak yang aktif dalam mencari dan menggunakan media yang paling baik dan sesuai menurutnya dalam usaha memenuhi kebutuhannya dan mencapai kepuasan atas hal itu.⁶⁵

Keaktifan pengguna media dilatarbelakangi oleh berbagai macam alasan. Misalnya alasan untuk pemecah masalah (*escape*), mencari informasi (*information seeking*), sebagai hiburan (*entertainment*), membangun hubungan sosial (*social relationship*), dan membangun identitas pribadi (*personal identity*).⁶⁶

Tipologi gratifikasi menurut Charney & Greenberg terdiri dari 6 bagian, diantaranya adalah:⁶⁷

- a. Agar pengguna media tidak ketinggalan informasi (*keep informed*)
- b. Pengalihan diri dan hiburan (*diversion-entertainment*)
- c. Identifikasi teman sebaya (*peer identity*)
- d. Pencarian perasaan nyaman (*good feelings*)
- e. Aktivitas komunikasi (*communication*)
- f. Gratifikasi terkait karir atau pekerjaan

⁶⁵ Yetty Oktarina and Yudi Abdullah, *Komunikasi Dalam Perspektif Teori Dan Praktik*, ed. by Yahnu Wiguno Sanyoto (Deepublish, 2017). 89-90.

⁶⁶ Karman, 'Riset Penggunaan Media Dan Perkembangannya Kini - Researches on Media Uses And Its Development', *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 17.1 (2013), 94. <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31445/jskm.2013.170106>>.

⁶⁷ Karman, *Riset Penggunaan Media...* 94.

Dalam teori tersebut juga dipaparkan beberapa asumsi dasar yang mana jika dihubungkan dengan temuan hasil penelitian ini diantaranya adalah:

- a. Khalayak yang aktif menggunakan media berorientasi pada tujuan, yang mana maksud tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mencari kepuasan atas kebutuhannya.
- b. Keputusan pemilihan media dalam pemenuhan atau pemuasan kebutuhan ditentukan oleh pribadi itu sendiri. Dalam penelitian ini khalayak memutuskan untuk menggunakan media sosial Twitter, tepatnya *autobase @collegemenfess* sebagai alat pemuas kebutuhannya.
- c. Media dan sumber-sumber lain membantu dalam pemenuhan kebutuhan khalayak. Dengan mengikuti *autobase @collegemenfess followers* dapat berkomunikasi serta bertukar informasi satu sama lain, yang mana dalam penelitian ini informasi yang dimaksud adalah informasi seputar perkuliahan. Dengan seluruh fitur yang tersedia memudahkan *followers* untuk melakukan proses pertukaran informasi tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Dalam teori ini juga disinggung adanya GS (*gratification sought*) dan GO (*gratification obtained*). GS (*gratification sought*) dalam penelitian ini dapat dilihat dari alasan atau tujuan yang ditetapkan seseorang tersebut saat mengikuti akun Twitter *@collegemenfess*, yang mana dapat disimpulkan bahwa alasan atau

tujuan seseorang mengikuti akun tersebut karena adanya kebutuhan informasi perkuliahan yang ia hendaki.

Yang kemudian, dengan temuan hasil penelitian ini dengan nilai Pearson correlation 0,761 dengan tingkat hubungan kuat menunjukkan adanya tercapainya tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu setelah mengikuti akun Twitter @collegemenfess ia merasa senang karena kebutuhannya telah terpenuhi serta mendapat kepuasan atas hal itu. Kepuasan atas hal tersebutlah yang disebut dengan GO (*gratification obtained*).

Singkatnya, akun Twitter @collegemenfess yang merupakan media terbaik pilihan khalayak dalam proses pertukaran informasi sebagai pemenuhan akan kebutuhan informasi perkuliahannya, nyatanya memiliki pengaruh atau efektivitas. Sehingga hal tersebut memberikan rasa kepuasan pada *followers* akun Twitter @collegemenfess.

2. Perspektif Keislaman

Berdasarkan perspektif keislaman, bagaimana suatu media yang berperan sebagai wadah atau sarana untuk memenuhi kebutuhan, yakni dalam hal ini adalah kepuasan atas kebutuhan informasi perkuliahan yang terpenuhi. Bagaimanapun sebuah informasi merupakan ilmu baru bagi seseorang yang tidak mengetahui atas hal tersebut sebelumnya, dan diketahui pula bahwa ilmu dalam agama islam juga dipandang penting. Untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan pastilah memiliki banyak cara,

namun salah satu cara yang dapat dilakukan adalah seperti matan hadits berikut:

عَنْ أَصْحَابِ مُعَاذٍ مِنْ أَهْلِ حِمْصٍ قَالَ: وَقَالَ مَرَّةً عَنْ مُعَاذٍ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَمَّا بَعَثَ مُعَاذًا إِلَى الْيَمَنِ قَالَ لَهُ: «كَيْفَ تَقْضِي إِذَا عَرَضَ لَكَ قَضَاءٌ؟» قَالَ: أَقْضِي بِكِتَابِ اللَّهِ قَالَ: «فَإِنْ لَمْ تَجِدْ فِي كِتَابِ اللَّهِ؟» قَالَ: أَقْضِي بِسُنَّةِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: «فَإِنْ لَمْ تَجِدْ فِي سُنَّةِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ؟» قَالَ: أَجْتَهِدُ بِرَأْيِي وَلَا أَلُو قَالَ: فَضَرَبَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بِيَدِهِ فِي صَدْرِي وَقَالَ: «الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي وَفَّقَ رَسُولَ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لِمَا يُرْضِي رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ»

Dari orang-orang Himsh murid, Rasulullah SAW mengutus Mua'dz ke Yaman Beliau Bersabda: "bagaimana sikapmu ketika kamu dihadapkan pada suatu masalah?, dia berkata: akan aku kembalikan pada kitabullah, Rosul berkata: jika tidak ada?, dia menjawab: jika tidak ada di kitab maka aku akan mencarinya di Sunnah Rosul (Hadits), Rosul berkata: jika tidak ada?, kemudian menjawab: aku akan berjihad dengan akalku dan tidak berlebihan, maka Rosul menepuk dada Mua'dz sambil berkata: segala puji hanya milik Allah yang telah memberikan taufik kepada Mua'dz yang diridhai Rosulullah. (HR. Abu Daud)⁶⁸

Dalam hadits diatas Rasulullah menunjukkan adanya salah satu metode yang dapat digunakan, yakni metode tanya jawab. Twitter yang merupakan salah satu media sosial yang memiliki jangkauan luas dapat menjadi

⁶⁸ Arief Hidayat Afendi, *Al-Islam Studi Hadits Tarbawi*, 1st edn (Yogyakarta: Deepublish, 2016). 22.

sarana tanya jawab antar penggunaannya. Dengan memberikan jawaban atas pertanyaan seseorang juga dapat membantu mereka untuk mencapai kepuasan serta menimbulkan rasa gembira. Sesuai dengan hadits berikut:

عَنْ جَدِّهِ أَبِي بُرْدَةَ عَنْ أَبِي مُوسَى قَالَ كَانَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِذَا بَعَثَ أَحَدًا مِنْ أَصْحَابِهِ فِي بَعْضِ أَمْرِهِ قَالَ يَتَّبِعُوا وَلَا تُتَّقُوا وَلَا تَبْزُوا وَلَا تُعْسِرُوا

Dari Abu Burdah dari Abu Musa ia berkata jika Rasulullah SAW ingin mengutus salah seorang sahabatnya atas urusan, beliau berpesan buatlah gembira dan jangan kalian buat lari, mudahkan dan jangan kalian sulit. (HR. Muslim)⁶⁹

Pertukaran informasi yang terjadi pada akun Twitter @collegemenfess sama halnya dengan kisah Nabi yang menggunakan musim haji untuk berdakwah karena banyak orang yang mengunjungi Ka'bah. Pada tahun ke-12 kenabian, Nabi SAW mampu meyakinkan beberapa penduduk Madinah untuk menerima Islam, yakni untuk menyembah Allah dan menghindari syirik, tidak mencuri, tidak berzina, tidak membunuh anak-anak, tidak bedusta, tidak menolak perkara yang baik, mengikuti Nabi, tidak merebut urusan suatu ahlinya kecuali ahli itu benar-benar kafir, mengatakan kebenaran dimana saja dan tidak takut dicela dalam

⁶⁹ Afendi, *Al-Islam...* 11.

beribadah kepada Allah (disebut Baiat Aqabah).⁷⁰

Strategi komunikasi tersebut dilakukan dengan tujuan dapat menjangkau banyak orang dengan sekali penyampaian pesan. Meski berbicara kepada banyak orang, Rasulullah SAW berupaya menerapkan komunikasi dua arah.⁷¹

Penjelasan diatas sejalan dengan konsep pertukaran informasi yang terjadi pada akun twitter @collegemenfess, yang dimana kita dapat menyebarkan informasi hanya dengan sekali saja namun tetap tersampaikan kepada banyak orang. Serta selama proses pertukaran informasi tersebut sedang berlangsung, seseorang juga dapat memberikan *feedback* atas hal itu melalui kolom komentar ataupun fitur *retweet*, sehingga komunikasi tersebut tidak hanya berjalan satu arah.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa apa yang telah dipaparkan di atas juga relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, bahwa pertukaran informasi yang kita lakukan memiliki manfaat bagi orang lain sehingga memunculkan rasa gembira atas hal itu. singkatnya, pertukaran informasi yang terjadi memiliki pengaruh terhadap kepuasan seseorang.

⁷⁰ Rachmat Kriyantono, *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi: Filsafat Dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam*, Ke-1 (Jakarta: KENCANA, 2019). 380.

⁷¹ Kriyantono, *Pengantar Lengkap Ilmu...*, 380.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis peneliti mengenai “Efektivitas Pertukaran Informasi Terhadap Kepuasan Followers Akun Twitter @collegemenfess” maka diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji korelasi Pearson Product Moment yang telah dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini dengan menggunakan SPSS versi 26.0 menunjukkan nilai signifikansi nilai $0,000 < 0,05$. Hal tersebut berarti pertukaran informasi sebagai variabel independen (X) berkorelasi dengan kepuasan *followers* sebagai variabel dependen (Y).

Selain itu, dengan pengujian tersebut didapatkan nilai r_{hitung} sebesar 0,761. Kemudian dibandingkan dengan r_{tabel} sejumlah 400 responden dengan taraf signifikansi 5% yang bernilai 0,098. Maka menghasilkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,761 > 0,098$) yang menandakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada pengaruh atau ada efektivitas pertukaran informasi terhadap kepuasan *followers* akun Twitter @collegemenfess. Hasil tersebut telah menjawab rumusan masalah pertama dalam penelitian ini mengenai ada atau tidaknya efektivitas pertukaran informasi terhadap kepuasan *followers* akun Twitter @collegemenfess.

2. Dengan nilai koefisien 0,761 maka tingkat hubungan variabel X dan Variabel Y adalah tinggi atau kuat. Sehingga dalam penelitian ini hubungan antara pertukaran informasi terhadap kepuasan followers adalah kuat. Dengan diketahuinya $r_{xy} = r = 1$ maka hubungan antara variabel X dan Y tersebut bernilai

positif. Maka apabila pertukaran informasi subjek tinggi maka kepuasan yang didapat subjek tinggi. Hasil ini menjawab rumusan masalah kedua dalam penelitian ini mengenai sejauh mana tingkat efektivitas pertukaran informasi terhadap kepuasan *followers* akun Twitter @collegemenfess.

B. Saran dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil temuan peneliti, adapun rekomendasi yang peneliti berikan sebagai berikut:

1. Bagi Admin Akun Twitter *Autobase @collegemenfess*

Dengan adanya pengaruh atau efektivitas pertukaran informasi terhadap kepuasan *followers* akun Twitter @collegemenfess dengan taraf pengaruh yang didapatkan adalah tinggi, maka diharapkan bagi admin pengelola akun tersebut tetap mempertahankan kinerja baiknya saat ini. Namun, alangkah lebih baiknya lagi apabila pihak admin lebih sering membuka sesi *open fallback*. Dikarenakan dari sejumlah *followers* yang ada saat ini masih banyak yang belum di *fallback* oleh pihak admin, sehingga *followers* merasa agak kesulitan ketika ingin mengirimkan *menfess* yang berisi informasi penting dan sifatnya mendesak.

2. Bagi Followers Akun Twitter *Autobase @collegemenfess*

Dengan banyaknya informasi yang disuguhkan atau *menfess* yang terkirim pada *autobase @collegemenfess*, sehingga membantu *followers* dalam mencapai kepuasan atas kebutuhan informasi perkuliahannya serta menyelesaikan tugas perkuliahannya, diharapkan *followers* tetap tidak menelan informasi yang didapatkan dengan mentah.

Dikarenakan informasi yang dibagikan tidak dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, meskipun 98% dari total 400 responden mengaku bahwa mereka hanya menyebarkan informasi yang bersifat kebenaran. Sehingga kedepannya tidak akan terjadi *misinformasi*, dan apabila kebetulan ia mendapatkan informasi yang salah, maka ia dapat membenarkan informasi yang sebelumnya telah didapatkan. Diharapkan juga kepada *followers* jika membagikan informasi mengenai perkuliahan yang bersifat keilmuan, baiknya disertakan pula sumber pengutipan informasi tersebut. Sehingga tidak akan timbul adanya dugaan *disinformasi* satu sama lain.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Diharapkan penelitian yang lebih luas dan mendalam untuk peneliti selanjutnya. Peneliti selanjutnya dapat meneliti faktor-faktor lain terkait bentuk komunikasi massa yang terjadi pada media sosial.

C. Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan peneliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Adanya peluang penambahan *followers* setiap harinya pada akun Twitter @collegemenfess, namun peneliti memutuskan untuk mengambil datanya per tanggal 18 September 2021 dengan angka kurang lebih 763.292 ribu pengikut atau *followers*. Dikarenakan jika peneliti terus mengikuti penambahan jumlah *followers* setiap harinya, maka hal tersebut akan mempengaruhi hasil penelitian ini menjadi tidak konkret.
2. Penyebaran kuesioner dengan cara *online* melalui *autobase* @collegemenfess itu sendiri sehingga

peneliti tidak dapat memperoleh informasi secara detail.

3. Pengembangan penelitian yang belum sempurna karena adanya keterbatasan referensi.



Daftar Pustaka

- Afendi, Arief Hidayat, *Al-Islam Studi Hadits Tarbawi*, 1st edn (Yogyakarta: Deepublish, 2016)
- Agmal, Muhammad, 'Efektivitas Komunikasi Grup Facebook "Forum Komunikasi BKI FDK UIN Suska Riau" Sebagai Sarana Informasi Mahasiswa' (UIN Suska Riau, 2019) <<http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/20674>>
- Alyusi, Shiefti Dyah, *Media Sosial: Interaksi, Identitas Dan Modal Sosial*, ed. by R.A. Gusti, Ke-1 (Jakarta: KENCANA, 2016)
- An-Nawawi, Imam Al-Hafizh, *Syariah Hadits 40 Arba'in An-Nawawi*, ed. by Subhan, Ke-1 (Jakarta: Bee Media Pustaka, 2019)
- Basuki, *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*, ed. by Andreyan Rizky Baskara, Ke-1 (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021)
- Bayquni, Sandy Yusta, Nuning Kurniasih, and Rully Khairul Anwar, 'Pertukaran Informasi Oleh Mahasiswa Jurusan Ilmu Jurnalistik Melalui Media Kompasiana', *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*, 3 (2015), 71 <<https://doi.org/10.24198/jkip.v3i1.9490>>
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, ed. by Agus Supriyatama, Ke-2 (Jakarta: KENCANA, 2017) <https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/rBVNDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Suharsimi+Arikunto,+Prosedur+Penelitian&printsec=frontcover>
- Burhanuddin, 'Pengaruh Media Sosial Twitter @LowkerPKU Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Bagi Followes', *Jom FISIP*, 2 (2015), 1–15

<<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/5862>>

- Cahyaningsih, Endah, 'Pemilihan Dan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Online Toko Hawa Busana', *EJournal Administrasi Bisnis*, 5 (2017), 1447–59 <ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id>
- Chang, Lei, 'A Psychometric Evaluation of 4-Point and 6-Point Likert-Type Scales in Relation to Reliability and Validity', *Applied Psychological Measurement*, 18 (1994), 205–15 <<https://doi.org/10.1177/014662169401800302>>
- Dauli, Nikolaus, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*, ed. by Amira Dzatina Nabila, Ke-1 (Yogyakarta: Deepublish, 2019)
- Deanawa, Narenda Aulia, 'Analisis Kebutuhan Informasi (Information Need Assesment) Lansia Di Kota Surabaya', *Adln Perpustakaan Universitas Airlangga* (Universitas Airlangga Surabaya, 2016)
- Dearifin, Tiara Rianita, 'Pengaruh Persepsi Anonimitas Terhadap Cyberbullying Melalui Empati Sebagai Variabel Intervening Pada Akun Mention Confession Di Twitter', *Journal Information* (Universitas Airlangga, 2020) <<http://repository.unair.ac.id/93891/>>
- Ghossa, Shanta Eki, 'Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Interaksi Mahasiswa Komunikasi UIN Suska Riau Dalam Memperoleh Informasi Perkuliahan' (UIN Suska Riau, 2018)
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006)

- Ginting, Desmon, *Komunikasi Cerdas*, ed. by Rayendra L Toruan, Ke-1 (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015)
- Husnusyifa, Annisa, ‘Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Sikap Fanatisme Penggemar (Studi Pada Media Sosial Twitter @BTOBIndonesia Terhadap Sikap Fanatisme Penggemar)’, *IDEA: Jurnal Humaniora*, 2 (2019), 120–33
- Juju, Dominikus, and MataMaya Studio, *Twitter*, ed. by Whindy Yoevestian, Ke-1 (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009)
- ‘KADIS KOMINFO SULSEL HADIRI PEMBUKAAN SERTIFIKASI KOMPETENSI BIDANG TEKNISI PONSEL’, *Kominfo*, 21AD
 <<https://kominfo.sulselprov.go.id/post/kadis-kominfo-sulsel-hadiri-pembukaan-sertifikasi-kompetensi-bidang-teknisi-ponsel>>
- Karman, ‘Riset Penggunaan Media Dan Perkembangannya Kini - Researches on Media Uses And Its Development’, *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 17 (2013), 103–21
 <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31445/jskm.2013.170106>>
- Khasanah, Uswatun, *Analisis Regresi*, ed. by Budi Asyhari (Yogyakarta: UAD PRESS, 2021)
- Kriyantono, Rachmat, *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi: Filsafat Dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam*, Ke-1 (Jakarta: KENCANA, 2019)
- , *TEKNIK PRAKTIS RISET KOMUNIKASI*, ed. by Gustiara Azmi, Ke-1 (Jakarta: KENCANA, 2006)
- Maria Christyfera, ‘Kepuasan Followers Akun Infia _ Fact

Dalam Mendapatkan Informasi Pada Akun Infia _ Fact Di Instagram', *Jurnal E-Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya*, 4 (2016), 1–10

Marzuki, Agustina, Crystha Armareo, and Fitri Rahayu, Pipit, *Praktikum Statistik, Ahlimedia Press* (Malang: Ahlimedia Press, 2020) <https://books.google.co.id/books?id=-_kOEAAAQBAJ&pg=PA62&dq=uji+validitas+adalah&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwiM-tmshoLuAhXK4XMBHf1HDHIQ6AEwBHoECAYQA#v=onepage&q=uji+validitas+adalah&f=false> [accessed 12 November 2021]

Mustofa, Imam, and Mursidah Nurfadillah, 'Analisis Pengaruh Price Earning Ratio Dan Earning Per Share Terhadap Return Saham Pada Sub Sektor Property and Real Estate Yang Terdaftar Di BEI', *Borneo Student Research*, 2 (2021), 1460–68 <<https://journals.umkt.ac.id/index.php/bsr/article/view/1959>>

Nabila, Dhifa, Octavia Elvaretta, Ghoniyatu Zahira, and Aqib Diema Yorenagea Syarief, *Peradaban Media Sosial Di Era Industri 4.0*, Ke-1 (Malang: PT. Citra Intrans Selaras, 2020)

Nuralam, Inggang Perwangsa, *Etika Pemasar Dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Perbankan Syariah*, ed. by Tim UB Press, Ke-1 (Malang: UB Press, 2017)

Oktarina, Yetty, and Yudi Abdullah, *Komunikasi Dalam Perspektif Teori Dan Praktik*, ed. by Yahnu Wiguno Sanyoto (Deepublish, 2017)

Pasaribu, Endy Zunaedi, Siska Yulia Rahmi, Mesra Wati Ritonga, Ronal Watrianthos, Wahyu Azhar Ritonga, Rizki Kurniawan Rangkuti, and others, *Belajar Statistika: Siapa Takut Dengan SPSS* (Kitamenulis.id: Yayasan Kita

Menulis, (2020)
<https://www.google.co.id/books/edition/Belajar_Statistik_a_Siapa_Takut_dengan_SP/ufzDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Reliabilitas+spss&pg=PA37&printsec=frontcover>

Rahman, Rezaur, Kamol C. Roy, Mohamed Abdel-Aty, and Samiul Hasan, 'Sharing Real-Time Traffic Information with Travelers Using Twitter: An Analysis of Effectiveness and Information Content', *Frontiers in Built Environment*, 5 (2019), 1–15 <<https://doi.org/10.3389/fbuil.2019.00083>>

Ramadhan, Nur Ali, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Servis Berkala Pada Dealer Nissan Basuki Rahmat Di Kota Surabaya' (UIN Maulana Malik Ibrahim, 2013)

Rasyid, Ainur, *HADITS-HADITS TARBAWI*, Ke-1 (Yogyakarta: Diva Press, 2017)

Riquelme, Fabián, and Pablo González-Cantergiani, 'Measuring User Influence on Twitter: A Survey', *Information Processing and Management*, 52 (2016), 949–75 <<https://doi.org/10.1016/j.ipm.2016.04.003>>

Sa'adah, Lailatus, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, ed. by Dr. Zulfikar, Ke-1 (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2019)
<https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Penelitian_Ekonomi_dan_Bisnis/LIYwEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Supardi,+Metodologi+Penelitian+Ekonomi+%26+Bisnis&pg=PA164&printsec=frontcover>

Simamora, Roymond H., *Buku Ajar Pendidikan Dalam Keperawatan*, ed. by Estu Tiar, Ke-1 (Jakarta: Buku Kedokteran EGC, 2009)

Siyoto, Sandu, and Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, ed. by Ayup, Ke-1 (Yogyakarta: Literasi Media Publishing) <https://www.google.co.id/books/edition/DASAR_METODOLOGI_PENELITIAN/QPhFDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=“memberikan+saran-saran+tentang+ukuran+sampel+yang+layak+yang+digunakan+dalam+penelitian+adalah+antara+30+sampai+dengan+100+responden&printsec=frontcover”>

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017)

———, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2014)

Suherman, Ansar, *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*, ed. by Amry Rasyadani, Ke-1 (Yogyakarta: Deepublish, 2020)

Sutopo, Yeri, and Achmad Slamet, *Statistik Inferensial*, ed. by Giovanny, Ke-1 (Yogyakarta: ANDI, 2017) <https://www.google.co.id/books/edition/Statistik_Inferensial/jVJLDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=statistik+inferensial&printsec=frontcover>

Tse, Yiu Kuen, *Nonlife Actuarial Models : Theory, Methods and Evaluation* (New York: Cambridge University Press, 2009)

Umar, Husein, *Metode Riset Dan Bisnis*, ed. by Pagut Lubis, Ke-2 (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2003) <https://www.google.co.id/books/edition/Metode_riiset_bisnis/ihn8T5S8HaQC?hl=id&gbpv=1&dq=Suharsimi+Arikunto,+Prosedur+Penelitian&pg=PA309&printsec=frontcover>

Yanto, *Konsep Dasar Dan Aplikasi Statistika Inferensi Untuk Teknik Industri*, ed. by Ida Zulaidah (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2020) <https://www.google.co.id/books/edition/Konsep_dasar_d

an_aplikasi_statistika_inf/KzXLDwAAQBAJ?hl=id&gbp
v=1&dq=Nilai+korelasi+berkisar+antara&pg=PA179&pri
ntsec=frontcover> [accessed 12 November 2021]

