

**PREFERENSI MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP MEDIA
PUBLIKASI MILIK HUMAS PEMKOT SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

ARIE JULIA CRISTY

1423014182

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2018

SKRIPSI

**PREFERENSI MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP MEDIA
PUBLIKASI MILIK HUMAS PEMKOT SURABAYA**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya**



Disusun Oleh :

ARIE JULIA CRISTY

1423014182

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2018

i

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya

Nama : Arie Julia Cristy

NRP : 1423014182

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul :

PREFERENSI MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP MEDIA PUBLIKASI MILIK HUMAS PEMKOT SURABAYA

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 17 Januari 2018

Penulis



Arie Julia Cristy

NRP.1423014182

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

Preferensi Masyarakat Surabaya Terhadap Media Publikasi Milik Humas
Pemkot Surabaya

Oleh :

Arie Julia Cristy


NRP.1423014182

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan proposal skripsi
untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Sri Moerdijati, Dra., MS.


(.....)

NIK. 142.LB.0852

Pembimbing II : Brigitta Revia S. F, S.I.Kom., M.Med.Kom. 

NIK. 142.15.0849

Surabaya, 4 Januari 2018




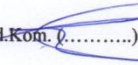
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada : Rabu, 17 Januari 2018

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,
Dekan,
Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.
NIK. 142.09.0647



1. Ketua : Yuli Nugraheni., S.Sos.,M.Si. 
NIK.142.09.0647
2. Sekretaris : Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom.(.....) 
NIK. 142.15.0849
3. Anggota I : Dra. Sri Moerdijati., MS. 
NIK. 142.LB.0852
4. Anggota II : Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med.Kom.(.....) 
NIK. 142. 09.0634

**LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Arie Julia Cristy

NRP : 1423014182

Menyetujui karya ilmiah/skripsi saya

Judul : **PREFERENSI MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP
MEDIA PUBLIKASI MILIK HUMAS PEMKOT SURABAYA**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya

Surabaya, 17 Januari 2018

Yang Menyatakan




Arie Julia

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pertama-tama penulis mengucapkan banyak terima kasih dan juga rasa syukur yang tak berkesudahan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala penyertaan sehingga dapat menyelesaikan skripsi untuk menuntaskan pendidikan di S1. Begitu banyak rintangan yang harus dilewati penulis untuk dapat memberikan proposal yang terbaik. Tangan Tuhan yang selalu membimbing untuk mengerjakan, menghantarkan penulis menuju kelulusan 3,5 tahun. Rasa malas memang selalu muncul, namun tergantung diri kita mau melawan rasa malas tersebut atau membiarkannya hinggap di diri kita. Terima kasih banyak juga kepada orang tua penulis, dosen pembimbing, pasangan, dan sahabat yang senantiasa mendampingi menyelesaikan laporan skripsi ini.

“Apapun juga yang kamu perbuat, perbuatlah dengan segenap hatimu seperti untuk Tuhan dan bukan untuk manusia.”

(Kolose 3 : 23)

Surabaya, 08 Januari 2018

Arie Julia Cristy

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas seluruh berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak terasa, setelah penuh usaha dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PREFERENSI MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP MEDIA PUBLIKASI MILIK HUMAS PEMKOT SURABAYA”. Tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai bentuk pertanggung jawaban untuk memenuhi mata kuliah di akhir semester sebelum menempuh mata kuliah skripsi.

Penulis juga ingin berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung segala usaha dan ekrja keras penulis. Beberapa pihak tersebut diantaranya :

1. Tuhan Yesus Kristus, yang tak pernah meninggalkan hambanya ini, dan selalu memberi kelancaran dan berkat dalam proses pengerjaan skripsi.
2. Kepada Mama, Papa, Bapak dan Ibuk yang selalu memberi *support* terbaik dari rumah dan doa kepada penulis, serta senantiasa mengingatkan penulis untuk segera menyelesaikan studinya.
3. Kepada Sri Moerdijati, Dra., MS. selaku dosen pembimbing I yang dengan setia dan telaten membimbing dan memberi masukan untuk proposal skripsi. Mohon maaf sebesar-besarnya bila terdapat kesalahan dalam perbuatan maupun ucapan. Terima kasih untuk segala bantuan dan rasa sabar yang diberikan kepada penulis.
4. Kepada Brigitta Revia Sandy, S.I.Kom., M.Med.Kom., a.k.a Bu Gita selaku dosen pembimbing II yang dengan sabar untuk mendorong penulis selalu belajar lebih banyak. Mohon maaf

- kepada Bu Gita jika terdapat kesalahan perbuatan dan ucapan, terima kasih banyak telah mau mengerti dan memberi masukan yang terbaik.
5. Kepada Rizky Kurnia, sebagai pasangan yang setia menemani semenjak semester 3 hingga sekarang menuju ke semester akhir. Terima kasih atas semua semangat, kesabaran, motivasi dan pengorbanan yang telah dilakukan untuk penulis.
 6. Kepada Yovica Artyo, Joanna Cristin, Betsy Yanuaringati, Vincensia Herdwinta, dan Tesalonika Tosca Violetta selaku sahabat penulis yang telah menjadi teman semenjak semester pertama hingga kini semester ke tujuh. Semoga doa untuk lulus bersama menjadi kenyataan.
 7. Kepada Geng Bimbingan Bu Moer, Gabriella Garnis, Hellen Yulisabana, Dheasya, Stevani Natasya, nggak nyangka akhirnya kita bisa lulus barengan!!! Tetap semangat di kehidupan setelah kuliah ya!
 8. Kepada seluruh staff Humas Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS) yakni Bu Vonny K Wiyani, Bu Monica Florencia, dan Bu Elizabeth yang telah mendukung segala kegiatan penulis. Kepada seluruh PRST Humas UKWMS, Kak Eunike Purwo, Kak Bona, Veronica Amelia, Yovita, Valen, dan Billy yang selalu memberi hiburan dan semangat sembari mengerjakan proposal skripsi.
 9. Kepada seluruh Fikomers 2014 yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih atas seluruh pengalaman yang dapat penulis rasakan selama 7 semester bersama, semoga sukses selalu untuk seluruh Fikomers 2014.

10. Kepada geng SPM 8 GKJW Surabaya, Syera Christianing, Mas Ryan, Rio, Nadia, Rachel yang telah mendukung dan banyak membantu penulis dalam hal rohani agar selalu berpegang teguh kepada Tuhan untuk menyelesaikan skripsi.

Demikian ucapan terima kasih yang penulis sampaikan. Memang tidak ada penelitian yang sempurna, termasuk penelitian ini terdapat salah dan kurangnya. Seluruh saran dan kritik akan penelitian ini diterima dengan lapang dada oleh penulis. Penulis berharap penelitian ini dapat berguna kelak bagi riset mengenai *Public Relations*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM.....	i
SURAT PENYATAAN ORIGINALITAS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
ABSTRAK.....	xix
ABSTRACT.....	xx
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	8
I.3 Tujuan Penelitian.....	8
I.4 Batasan Masalah.....	8
I.5 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.....	10
II.1 Kerangka Teori.....	10
II.1.1 Teori <i>Uses and Gratifications</i>	10

II.1.2 Preferensi Media	11
II.1.3 <i>Public Relations</i>	15
II.1.4 <i>Facebook</i>	17
II.1.5 <i>Twitter</i>	17
II.1.6 <i>Instagram</i>	18
II.1.7 <i>Youtube</i>	19
II.1.8 <i>Website</i>	19
II.1.9 Majalah.....	20
II.2 Nisbah Antar Konsep.....	20
II.3 Kerangka Bagan Konseptual.....	22
BAB III : METODE PENELITIAN.....	23
III.1 Jenis Penelitian.....	23
III.2 Metode Penelitian.....	23
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian.....	24
III.4 Definisi Konseptual.....	24
III.5 Definisi Operasional.....	24
III.6 Populasi dan Sampel.....	26
III.7 Teknik Penarikan Sampel.....	28
III.8 Teknik Pengumpulan Data	29
III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas.....	29
III.10 Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35

IV.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	35
IV.1.1 Profil Humas Pemkot Surabaya.....	36
IV.1.2 Logo Humas Pemkot Surabaya.....	37
IV.1.3 Media Publikasi Humas Pemkot Surabaya.....	38
IV.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
IV.3 Temuan Data dan Pembahasan.....	46
IV.3.1 Deskripsi Identitas Responden.....	46
IV.3.1.1 Identitas Berdasarkan Usia.....	46
IV.3.1.2 Identitas Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
IV.3.1.3 Identitas Berdasarkan Besar Pengeluaran...	49
IV.3.1.4 Identitas Berdasarkan Pekerjaan.....	50
IV.3.1.5 Identitas Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	51
IV.3.2 Deskripsi <i>Media Exposure</i>	52
IV.3.2.1 Deskripsi Hasil Preferensi Media Publikasi	52
IV.3.2.2 Deskripsi Alasan memilih Media Publikasi.....	54
IV.3.2.3 Deskripsi Durasi Waktu Mengakses Media Publikasi.....	55
IV.3.2.4 Deskripsi Durasi Frekuensi Mengakses Media Publikasi.....	56
IV.3.3 Deskripsi <i>Audience Rating</i>	57
IV.3.3.1 Deskripsi <i>Audience Rating Facebook</i> Bangsa Surabaya.....	58

IV.3.3.1.1 Deskripsi Fitur yang Disukai di Facebook Bangsa Surabaya.....	58
IV.3.3.1.2 Deskripsi Jenis Publikasi yang Disukai di Facebook Bangsa Surabaya.....	59
IV.3.3.1.3 Deskripsi Alasan Menyukai Jenis Publikasi di Facebook Bangsa Surabaya.....	60
IV.3.3.1.4 Deskripsi Jenis Informasi yang Dicari di Facebook Bangsa Surabaya.....	62
IV.3.3.1.5 Deskripsi Gadegt yang Digunakan Mengakses <i>Facebook</i> Bangsa Surabaya.....	63
IV.3.3.1.6 Deskripsi Waktu yang Digunakan Mengakses Facebook Bangsa Surabaya.....	64
IV.3.3.1.7 Deksipsi Kegiatan saat Mengakses Facebook Bangsa Surabaya.....	65
IV.3.3.2. Deskripsi Audience Rating <i>Instagram</i> @surabaya.....	66
IV.3.3.2.1 Deskripsi Fitur yang Disukai di <i>Instagram</i> @surabaya	65
IV.3.3.2.2 Deskripsi Jenis Publikasi yang Disukai di <i>Instagram</i> @surabaya	67
IV.3.3.2.3 Deskripsi Alasan Menyukai Jenis Publikasi di <i>Instagram</i> @surabaya	68

IV.3.3.2.4 Deskripsi Jenis Informasi yang Dicari di <i>Instagram</i> @surabaya	69
IV.3.3.2.5 Deskripsi Gadegt yang Digunakan Mengakses <i>Instagram</i> @surabaya	70
IV.3.3.2.6 Deskripsi Waktu yang Digunakan Mengakses <i>Instagram</i> @surabaya	70
IV.3.3.2.7 Deksipsi Kegiatan saat Mengakses <i>Instagram</i> @surabaya	71
IV.3.3.3 Deskripsi Audience Rating Website <i>humas.surabaya.go.id</i>	72
IV.3.3.3.1 Deskripsi Fitur yang Disukai di <i>Instagram</i> @surabaya	72
IV.3.3.3.2 Deskripsi Jenis Publikasi yang Disukai di <i>Instagram</i> @surabaya	73
IV.3.3.3.3 Deskripsi Alasan Menyukai Jenis Publikasi di <i>Instagram</i> @surabaya	74
IV.3.3.3.4 Deskripsi Jenis Informasi yang Dicari di <i>Instagram</i> @surabaya	75
IV.3.3.3.5 Deskripsi Gadegt yang Digunakan Mengakses <i>Instagram</i> @surabaya	76
IV.3.3.3.6 Deskripsi Waktu yang Digunakan Mengakses <i>Instagram</i> @surabaya	77

IV.3.3.3.7	Deksripsi Kegiatan saat Mengakses <i>Instagram</i> @surabaya	78
IV.3.4	Tabulasi Silang	79
IV.3.4.1	Tabulasi Silang antara Identitas Responden dengan Hasil Preferensi	79
IV.3.4.1.1	Tabulasi Silang antara Usia dengan Hasil Preferensi	79
IV.3.4.1.2	Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin dengan Hasil Preferensi	81
IV.3.4.1.3	Tabulasi Silang antara Besar Pengeluaran dengan Hasil Preferensi	82
IV.3.4.1.4	Tabulasi Silang antara Pekerjaan dengan Hasil Preferensi	84
IV.3.4.1.5	Tabulasi Silang antara Pendidikan Terakhir dengan Hasil Preferensi	85
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	87
V.1	Kesimpulan	87
V.2	Saran	88
V.2.1	Saran Akademis	88
V.2.2	Saran Praktis	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Tampilan Facebook Bangga Surabaya.....	6
Gambar IV.1 Tim Humas Pemkot Surabaya.....	37
Gambar IV.2 Logo Humas Pemkot Surabaya.....	37
Gambar IV.3 Tampilan <i>Facebook</i> Humas Pemkot Surabaya.....	39
Gambar IV.4 Tampilan <i>Instagram</i> @surabaya.....	40
Gambar IV.5 Tampilan saat <i>Live</i> Hari Pahlawan di Balai Kota.....	41
Gambar IV.6 Tampilan <i>Twitter</i> Bangga Surabaya.....	42
Gambar IV.7 Tampilan akun <i>Youtube</i> Bangga Surabaya.....	43
Gambar IV.8 Tampilan <i>Web</i> humas.surabaya.go.id	43
Gambar IV.9 Tampilan Majalah Gapura.....	44

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Jumlah Sampel Responden.....	30
Tabel IV.1 Usia.....	47
Tabel IV.2 Jenis Kelamin.....	48
Tabel IV.3 Besar Pengeluaran.....	49
Tabel IV.4 Pekerjaan.....	50
Tabel IV.5 Pendidikan Terakhir.....	51
Tabel IV.6 Preferensi Media Publikasi.....	52
Tabel IV.7 Alasan Memilih Media Publikasi.....	54
Tabel IV.8 Durasi Waktu.....	56
Tabel IV.9 Durasi Frekuensi.....	56
Tabel IV.10 Fitur yang Disukai di <i>Facebook</i>	58
Tabel IV.11 Jenis Publikasi yang Disukai di Facebook.....	59
Tabel IV.12 Alasan menyukai Jenis Publikasi.....	60
Tabel IV.13 Jenis Informasi yang Dicari.....	61
Tabel IV.14 Gadget yang Digunakan	62
Tabel IV.15 Waktu yang Digunakan Mengakses	63
Tabel IV.16 Kegiatan saat Mengakses <i>Facebook</i>	65
Tabel IV.17 Fitur yang Disukai di <i>Instagram</i>	66
Tabel IV.18 Jenis Publikasi yang Disukai di <i>Instagram</i>	67
Tabel IV.19 Alasan menyukai Jenis Publikasi.....	68
Tabel IV.20 Jenis Informasi yang Dicari di Instagram.....	69

Tabel IV.21 Gadget yang Digunakan mengakses Instagram.....	70
Tabel IV.22 Waktu yang Digunakan Mengakses <i>Instagram</i>	71
Tabel IV.23 Kegiatan saat Mengakses <i>Instagram</i>	72
Tabel IV.24 Fitur yang Disukai di <i>website</i>	73
Tabel IV.25 Jenis Publikasi yang Disukai di <i>website</i>	74
Tabel IV.26 Alasan menyukai Jenis Publikasi.....	75
Tabel IV.27 Jenis Informasi yang Dicari di <i>website</i>	76
Tabel IV.28 Gadget yang Digunakan mengakses <i>website</i>	77
Tabel IV.29 Waktu yang Digunakan Mengakses <i>website</i>	78
Tabel IV.30 Kegiatan saat Mengakses <i>website</i>	79
Tabel IV.31 Tabulasi Silang Usia dengan Hasil Preferensi.....	80
Tabel IV.32 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Hasil Preferensi.....	81
Tabel IV.33 Tabulasi Silang Pengeluaran dengan Hasil Preferensi.....	82
Tabel IV.34 Tabulasi Silang Pekerjaan dengan Hasil Preferensi.....	84
Tabel IV.35 Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir dengan Hasil Preferensi	85

ABSTRAK

ARIE JULIA CRISTY NRP. 1423014182. PREFERENSI MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP MEDIA PUBLIKASI MILIK HUMAS PEMKOT SURABAYA.

Penelitian ini berfokus pada preferensi masyarakat Surabaya terhadap media publikasi milik Humas Pemkot Surabaya yang memiliki media cetak dan media *online*. Alasan penelitian ini dilakukan karena sebagai Humas (Hubungan Masyarakat), Pemkot Surabaya memiliki beragam jenis media publikasi yang aktif dijalankan setiap harinya. Media publikasi ini juga memiliki konten yang berbeda-beda di setiap media publikasi sesuai dengan keunggulan masing-masing. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Uses and Gratifications*, yang mengatakan bahwa audiens bersifat aktif. Audiens yang aktif, berarti mereka mencari informasi dengan cara selektif. Selektifitas dalam memilih dan menggunakan media publikasi disebut preferensi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif-deskriptif dengan metode survei. Pengambilan data dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden yang telah terpilih secara acak. Hasil penelitian menunjukkan, preferensi masyarakat Surabaya terhadap media publikasi milik Humas Pemkot Surabaya mengacu pada tiga media publikasi *online* yaitu *Instagram @surabaya*, *Facebook* *Bangga Surabaya*, dan *Website* *humas.surabaya.go.id*

Kata Kunci : *Uses and Gratifications*, Preferensi, Humas Pemkot Surabaya, Media Publikasi.

ABSTRACT

ARIE JULIA CRISTY NRP. 1423014182. PREFERENCE OF SURABAYA'S CITIZEN TO THE PUBLICATION MEDIA OF PUBLIC RELATIONS SURABAYA GOVERNMENT

This research is focusing on the preference of Surabaya's citizen to public relations the publication media of Surabaya Government, that has printed and cyber media. It begin because Public Relation of Surabaya Government has many kind of public media that working everyday. Each of the public media comes with variety content and value. Theory of Uses and Gratification that been used in this research said that the audience is active. It means they are selective to their need of information. Selectivity on their action to choose and use the public media is preference. And to gather data, we use the quantitative-descriptive approach with survey method. We distribute the questionnaires to random correspondent. The result of this research show us that, preference of Surabaya's citizen to the public media of Surabaya Government PR referring to three public cyber media, there are Instagram @surabaya, Facebook Bangsa Surabaya and Website humas.surabaya.go.id.

Keywords : Uses and Gratifications, Preference, Surabaya Government Public Relations, Publication Media