

Kepuasan Mahasiswa Telkom University dalam Pencarian Informasi pada situs *igracias.telkomunviersity.ac.id* sebagai Media Komunikasi dan Informasi

Telkom University Students Satisfaction in Information Searching on *igracias.telkomunviersity.ac.id* Website as Media Communication and Information

Trisno Nugroho, Yuliani Rachma Putri

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
trisononugroho10@gmail.com

ABSTRAK

Perpaduan antara teknologi informasi dan teknologi komunikasi dengan tujuan untuk mempermudah proses komunikasi saat ini berkembang dengan pesat, dari perpaduan tersebut muncul istilah Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang dalam penerapannya sangat tergantung kepada ketersediaan koneksi internet. Masyarakat menggunakan teknologi atau media ini didasari oleh motif harapan sebelum menggunakan media dan kesenjangan kepuasan setelah menggunakan media tersebut. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei deskriptif, dengan pendekatan kuantitatif. Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah *igracias.telkomuniversity.ac.id* dengan subjek penelitian mahasiswa tingkat I Universitas Telkom 2017. Hasil dari penelitian ini terjadi kesenjangan kepuasan yang dihitung dari skor rata-rata *Gratification Sought (GS)* dan *Gratification Obtained (GO)*. Skor dari motif informasi didapatkan $3,0540 > 3,0173$ sehingga terjadi kesenjangan yang tidak memuaskan ($GS > GO$), sedangkan skor dari motif identitas pribadi didapatkan $3,3751 > 3,3584$ sehingga terjadi kesenjangan yang tidak memuaskan ($GS > GO$), dan skor dari motif integrasi dan interaksi sosial didapatkan $2,8173 < 2,8496$ sehingga terjadi kesenjangan yang memuaskan ($GS < GO$). Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan dari skor-skor tersebut bahwa dalam pemanfaatan situs *igracias.telkomuniversity.ac.id* terjadi kesenjangan kepuasan yang dimana media tidak dapat memuaskan pengguna seperti pada motif informasi dan identitas pribadi. Kemudian dimana media dapat memuaskan pengguna seperti pada motif integritas dan interaksi sosial.

Kata Kunci: *Informasi, Teknologi Informasi dan Komunikasi, Internet, Motif, Kepuasan, Kesenjangan.*

ABSTRACT

*The combination of information and communication technology with the aim to facilitate the communication process was currently growth rapidly, from the combination both technology appeared term Information and Communication Technology (ICT) which in its implementation was depended on the availability of internet connection. The publics used this technology or media based on the expectation motive before using the media and the gap of satisfaction after using the media. The research method that was used in this research was descriptive survey, with quantitative approach. The object that was studied in this research was *igracias.telkomuniversity.ac.id* with research subjects were 2017th students of Telkom University. The result of this research was the gap between satisfaction calculated from the average score of *Gratification Sought (GS)* and *Gratification Obtained (GO)*. The score of information motive was $3.0540 > 3.0173$ so that was an unsatisfactory gap ($GS > GO$), while the score of personal identity motive was $3.3751 > 3.3584$ that caused an unsatisfactory gap ($GS > GO$), and the score of the*

motives of integration and social interaction was obtained 2,8173 <2,8496 that caused a satisfactory gap (GS <GO). Therefore, it could be concluded from these scores that the utilization of igracias.telkomuniversity.ac.id-site had a gap of satisfaction where the media couldn't satisfy the users, as in the motive information and personal identity. Then where the media could satisfy the users as in the motives of integrity and social interaction.

Keywords : Information, Information and Communication Technology, Internet, Motif, Satisfaction, Gap.

PENDAHULUAN

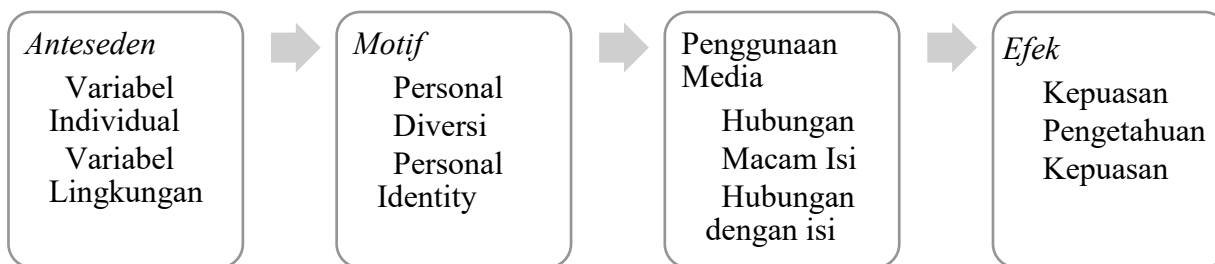
Teknologi informasi dan komunikasi (ICT) di berbagai negara mengalami kemajuan yang sangat pesat. Kemajuan ini tidak hanya terjadi pada negara maju saja, namun juga pada negara berkembang. Salah satu bidang yang perkembangannya pesat adalah bidang komunikasi. Kemajuan teknologi di bidang komunikasi saat ini sangat jelas terlihat di berbagai belahan dunia. Menurut Abrar (2003) dalam (Darmawan, 2012:39) menyebutkan bahwa teknologi komunikasi berkaitan erat dengan informasi. Ada teknologi komunikasi yang berfungsi menyalurkan informasi, mengolah informasi dan ada juga yang berfungsi sebagai pengolah dan penyimpan informasi. Sesuai dengan pendapat tersebut membuat setiap orang saat ini dengan mudahnya dapat bertukar informasi maupun berkomunikasi satu sama lain dengan perangkat yang ada. Hal ini diperkuat dengan pengertian komunikasi menurut Rusman, et.al (2011:81) yang berpangkal pada perkataan latin *Communicare* yang berarti memberitahu atau menjadi milik bersama, sehingga komunikasi mengandung makna penyebaran informasi, pesan, berita, pengetahuan, dan norma atau nilai dengan tujuan untuk menggugah partisipasi, agar yang diberitahukan tersebut menjadi milik bersama atau kesamaan makna antara komunikator dan komunikan.

Konsep dasar model *Uses and Gratification* ini diringkas oleh pendirinya (Katz, Blumler dan Gurevitz, 1974:20). Dengan model ini

yang diteliti adalah (1) sumber sosial dan psikologis dari (2) kebutuhan, yang melahirkan (3) harapan-harapan dari (4) media massa atau sumber-sumber lain, yang menyebabkan (5) perbedaan pola terpaan media (atau keterlibatan dalam kegiatan lain), dan menghasilkan (6) pemenuhan kebutuhan dan (7) akibat-akibat lain, bahkan sering kali akibat-akibat yang tidak dikehendaki. *Uses and Gratification* tetap berkisar pada keberadaan kebutuhan sosial seseorang dengan fungsi informasi yang tersaji pada media. Dalam (Yusup, 2009:208) Littlejohn mengusulkan teori ini dengan tiga asumsi sebagai berikut:

1. Audiens atau masyarakat dalam komunikasi massa bersifat aktif dan mempunyai tujuan terarah.
2. Anggota masyarakat atau audiens secara luas bertanggung jawab atas pemilihan media untuk memenuhi kebutuhannya.
3. Dari asumsi diatas, media harus bersaing dengan media lainnya dalam hal pemenuhan kebutuhan audiensnya.

Sedangkan menurut Blumler dalam (Rakhmat, 2012: 65) mengamsusikan *Uses and Gratification* menunjukan bahwa komunikasi massa berguna (*utility*); bahwa konsumsi media diarahkan oleh motif (*intentionality*); bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*); dan bahwa khalayak sebenarnya kepala batu (*stubborn*). Karena penggunaan media hanyalah salah satu cara



Gambar 1 Model Uses and Gratification

untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi.

Dalam model pada gambar 1 diatas, peneliti berusaha menemukan hubungan hubungan di antara variable-variable yang diukur dan juga meneliti sebagian dari komponen-komponen dalam gambar diatas.

Anteseden meliputi variable individual yang terdiri dari data demografis seperti usia, jenis kelamin dan faktor-faktor psikologis komunikasi, serta variable lingkungan seperti organisasi, sistem sosial, dan struktur sosial (Rakhmat, 2012:66).

Motif dapat dioperasionalkan dalam tiga orientasi: orientasi kognitif (kebutuhan bukan informasi, *surveillance*, atau eksplorasi realitas), diversifikasi (kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan), identitas personal (menggunakan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalyak sendiri) (Rakhmat, 2012:66).

Menurut Rosengreen dalam (Rakhmat, 2012:66) *Penggunaan media* terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Sedangkan yang terakhir, *Efek* dapat dioperasionalkan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasan

Kemajuan teknologi dalam informasi pun ikut berkembang di berbagai bidang-bidang yang ada dalam kehidupan seperti: kesehatan, pendidikan, keamanan dan berbagai bidang lainnya. Perkembangan teknologi di berbagai bidang ini dirasa sangat membantu dan sangat dibutuhkan oleh berbagai lapisan masyarakat, sebagaimana masyarakat menginginkan kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, perkembangan informasi yang ada di berbagai bidang ini memerlukan sebuah sistem yang digunakan untuk mengatur informasi-informasi tersebut. Bidang-bidang yang menyediakan media komunikasi dan informasi tentu memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan citranya. Oleh karena itu, penyedia media komunikasi dan informasi akan menata informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat secara teliti. Media komunikasi dan informasi yang disajikan dibuat semenarik dan sekomunikatif mungkin agar masyarakat dapat memberikan nilai positif terhadap penyedia media komunikasi dan informasi. Masyarakat akan mudah mengingat media komunikasi dan informasi yang memberikan mereka informasi dengan mudah, menarik dan tentu saja yang mereka inginkan. Bukan sekedar memberikan informasi, sebuah media komunikasi dan informasi yang memiliki tata tampilan maupun menu yang baik akan membantu masyarakat untuk lebih mudah mengetahui dan mengingat media komunikasi dan

informasi yang mereka butuhkan. Bahkan tidak hanya mencari tahu informasi yang mereka butuhkan saja, namun masyarakat juga bisa tereduksi karena informasi lain yang ditampilkan dalam media komunikasi dan informasi tersebut. Perlunya sebuah pemahaman atau pengetahuan akan menggunakan teknologi sebagai alat pencari informasi juga menjadi salah satu kunci untuk masyarakat mendapatkan sebuah informasi. Masyarakat Indonesia adalah merupakan negara yang besar, hal itu juga mempengaruhi tingkat penggunaan internet di dunia. Internet tidak hanya terbatas pada aspek perangkat keras berupa seperangkat komputer yang saling berhubungan satu dengan lainnya dan memiliki kemampuan mengirimkan data (teks, pesan, grafis, dan suara). Dengan kemampuannya dapat dikatakan internet merupakan suatu jaringan komputer yang saling terkoneksi satu sama lain keseluruh penjuru dunia. Internet juga mencakup perangkat lunak, yaitu berupa data yang dikirim dan disimpan yang yang sewaktu-waktu dapat diakses. Beberapa komputer yang saling berhubungan satu sama lain dapat menciptakan fungsi sharing atau dapat disebut sebagai jaringan (Munir, 2010:195).

Media komunikasi dan informasi yang dibuat dalam bidang akademis ini ditujukan untuk memudahkan para mahasiswa untuk dapat mengetahui hal-hal apa saja yang penting bagi mereka serta membantu perguruan tinggi untuk lebih mudah mengelola kegiatan akademik maupun non akademik di perguruan tinggi itu sendiri.

Penggunaan media komunikasi dan informasi dalam bidang akademik pun telah dilakukan oleh Telkom University. Telkom University sendiri telah menggunakan media komunikasi dan informasi semenjak pertama kali institusi ini berdiri. Sebelum berubah menjadi sebuah universitas, Telkom University memiliki dua media komunikasi dan informasi yang masing-

masing digunakan untuk tiap institusi. Dua media komunikasi dan informasi yang digunakan pada saat itu adalah *academic.ittelkom.ac.id* untuk Institut Teknologi Telkom dan media komunikasi dan informasi *gamelan.imtelkom.ac.id* untuk Institut Manajemen Telkom. Tiap media komunikasi dan informasi yang dimiliki oleh institut masing-masing dikelola sendiri pihak internal institut. Namun sejak terjadi penggabungan antara Institut Teknologi Telkom dengan Institut Manajemen Telkom menjadi sebuah Universitas Telkom, maka media komunikasi dan informasi yang digunakan menjadi satu media komunikasi dan informasi yang beralamat *igracias.telkomuniversity.ac.id*. hingga saat ini media komunikasi dan informasi tersebut masih digunakan untuk kegiatan akademis di Telkom University.

Melihat dari sejarah yang telah terjadi selama ini pada Universitas Telkom, praktis telah terjadi pula transformasi pada media komunikasi dan informasi baik itu dari segi *content* (isi) maupun dari segi tampilan. Perubahan yang terjadi pada media komunikasi dan informasi tentu saja dilakukan untuk memenuhi kebutuhan internal Universitas baik itu dari mahasiswa maupun dosen, staff dan karyawan yang menggunakan media komunikasi dan informasi.

Transformasi media komunikasi dan informasi yang telah dilakukan oleh Universitas Telkom bukan hanya sekedar untuk mengikuti perkembangan yang telah berjalan maupun hanya untuk menampilkan citra yang baik untuk masyarakat. Transformasi tersebut dilakukan melainkan juga dengan tujuan agar para mahasiswa dapat lebih dengan mudah untuk mendapatkan informasi-informasi yang mereka butuhkan. Banyaknya informasi yang dibutuhkan oleh mahasiswa membuat suatu media komunikasi dan informasi dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan

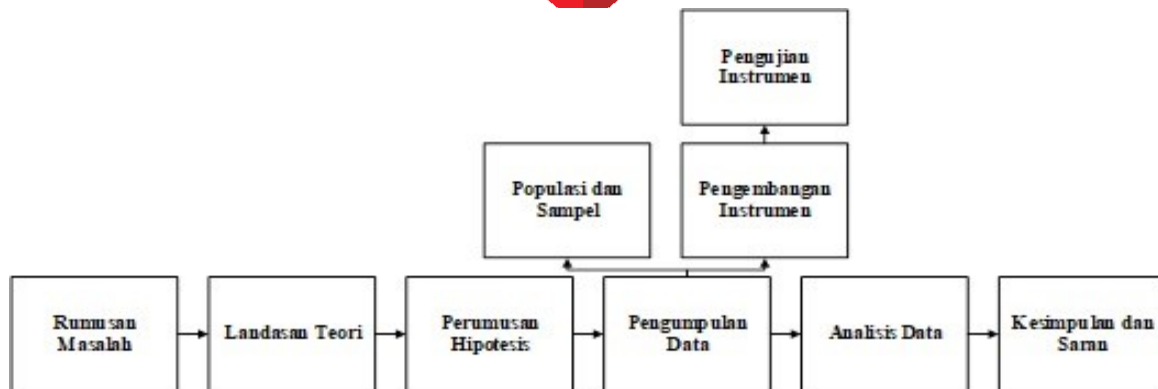
informasi mahasiswa tersebut. Bukan hanya dapat memenuhi informasi saja, namun suatu media komunikasi dan infomasi juga

dituntut untuk dapat digunakan dengan praktis dan efisien bagi para mahasiswa.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data survei. Penelitian deskriptif hanya memaparkan apa yang terdapat atau terjadi dalam sebuah lapangan atau wilayah tertentu. Data yang terkumpul diklasifikasikan menurut jenis, sifat, atau kondisinya. Setelah lengkap kemudian dibuat simpulan (Arikunto, 2010). Dalam penelitian ini penulis menggunakan tahapan penelitian yang telah dijelaskan oleh gambar berikut:

3. Bab IV : terdiri dari penentuan variable, penyusunan dan penyebaran, pengolahan dan analisa data. Dalam hal ini peneliti memerlukan instrument penelitian yang dapat berupa observasi, kuesioner dan wawancara. Uji validitas dan reabilitas terhadap hasil data dilakukan untuk memperoleh instrumen penelitian yang dapat dipercaya dan untuk mengukur variable yang telah ditetapkan. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan statistik untuk dapat



Gambar 2 Tahapan Penelitian

Gambar 2 menjelaskan tentang proses penelitian kuantitatif deskriptif, yang dalam penelitian ini akan disusun dalam lima bab, dengan deskripsi isinya sebagai berikut:

1. Bab I : terdiri perumusan masalah yang nantinya akan diperoleh tujuan dari penelitian.
2. Bab II dan III : terdiri dari studi literatur yang berisikan teori-teori, referensi dan berbagai hal pendukung lainnya yang dapat membantu proses penelitian, sehingga dapat menjawab rumusan masalah yang telah ada sebelumnya. Jawaban dari rumusan masalah yang baru menggunakan teori dinamakan hipotesis.

dijadikan sebagai hasil penelitian yang telah dirumuskan terlebih dahulu untuk menjawab tujuan dari penelitian.

4. Bab V : Berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran yang menjadi focus penelitian.
- Populasi dalam penelitian ini berjumlah 7.170 orang yang merupakan mahasiswa angkatan 2017 Telkom University. Teknik sampling yang digunakan, yaitu nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini digunakan rumus slovin. Setelah perhitungan diketahui

jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 379 orang.

Pengumpulan data merupakan satu proses mendapatkan data empiris melalui responden dengan menggunakan metode tertentu (Silalahi, 2009). Data-data ini kemudian akan digunakan dan diolah oleh penulis untuk mengetahui hasil penelitian. Berdasarkan cara memperolehnya, data dalam penelitian ini dikelompokkan dalam dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh secara langsung dari lapangan yang diambil melalui penyebaran kuesioner (angket) kepada mahasiswa baru Telkom University. Sementara itu, data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan oleh seseorang dan bukan peneliti yang melakukan studi mutakhir (Sekaran, 2011). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari penelitian terdahulu, jurnal, buku-buku teori, internet, dan sumber lainnya.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini melalui beberapa tahapan, di antaranya

1. Setiap pernyataan dari variabel yang telah ada, baik dari GS dan GO diberi skor dan dijumlahkan sehingga diperoleh hasil yang berupa skor GS dan skor GO (Kriyantono, 2012).
2. Menghitung skor rata-rata (mean) dari pernyataan-pernyataan GS dan GO. Menghitung rata-rata dengan menjumlahkan semua data yang ada kemudian dibagi dengan jumlah data yang ada (Siregar, 2013).
3. Membandingkan kedua rata-rata (mean) skor tersebut. Jika mean skor GS lebih besar dari mean skor GO dapat dikatakan kebutuhan yang ada tidak terpenuhi. Sementara itu, jika mean skor GS lebih kecil atau sama dengan

mean skor GO dapat dikatakan kebutuhan yang ada terpenuhi (Kriyantono, 2012).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kesenjangan Kepuasan Informasi

Pada kesenjangan kepuasan informasi didapatkan nilai rata-rata GS (*Gratification Sought*) lebih besar daripada nilai rata-rata GO (*Gratification Obtained*). Nilai rata-rata GS (*Gratification Sought*) sebesar 3,0540 dan Nilai rata-rata GO (*Gratification Obtained*) 3,0173. Dari skor tersebut berdasarkan indikator kesenjangan kepuasan dalam Kriyantono (2012:212) bahwa nilai GS (*Gratification Sought*) yang lebih besar daripada GO (*Gratification Obtained*) maka terjadi kesenjangan kepuasan bahwa media belum memuaskan khalayak atau penggunaannya. Hal ini dapat juga dikatakan dengan tidak puas, karena apa yang dirasakan khalayak dalam motif Informasi setelah menggunakan media lebih besar pengharapannya dibandingkan setelah menggunakan media. ($3,0540 > 3,0173$)

Kesenjangan Kepuasan Identitas Pribadi

Pada kesenjangan kepuasan identitas pribadi didapatkan nilai rata-rata GS (*Gratification Sought*) lebih besar daripada nilai rata-rata GO (*Gratification Obtained*). Nilai rata-rata GS (*Gratification Sought*) sebesar 3,3751 dan Nilai rata-rata GO (*Gratification Obtained*) 3,3584. Dari skor tersebut berdasarkan indikator kesenjangan kepuasan dalam Kriyantono (2012:212) bahwa nilai GS (*Gratification Sought*) yang lebih besar daripada GO (*Gratification Obtained*) maka terjadi kesenjangan kepuasan bahwa media belum memuaskan khalayak atau penggunaannya. Hal ini dapat juga dikatakan dengan tidak puas karena apa yang dirasakan khalayak dalam motif Identitas Pribadi setelah menggunakan media lebih besar pengharapannya

dibandingkan setelah menggunakan media.
(3,3751>3,3584)

Kesenjangan Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial

Pada kesenjangan kepuasan integrasi dan interaksi sosial didapatkan nilai rata-rata GS (*Gratification Sought*) lebih kecil daripada nilai rata-rata GO (*Gratification Obtained*). Nilai rata-rata GS (*Gratification Sought*) sebesar 2,8173 dan Nilai rata-rata GO (*Gratification Obtained*) 2,8496. Dari skor tersebut berdasarkan indikator kesenjangan kepuasan dalam Kriyantono (2012:212) bahwa Nilai GS (*Gratification Sought*) yang lebih kecil daripada GO (*Gratification Obtained*) maka terjadi kesenjangan kepuasan bahwa media memuaskan khalayak atau penggunaanya. Hal ini dikatakan puas karena apa yang dirasakan khalayak dalam motif Integrasi dan Interaksi Sosial setelah mereka menggunakan media lebih besar kepuasannya dibandingkan dengan harapan sebelum menggunakan media. (2,8173<2,8496)

SIMPULAN

Dari hasil analisis dan pengolahan data pada penelitian ini didapatkan simpulan sebagai berikut:

1. Tingkat kepuasan secara keseluruhan pada mahasiswa Telkom University angkatan 2017/2018 dalam penggunaan situs igracias.telkomuniversity.ac.id dengan skor rata-rata 3.1280 dan persentase 78.20% termasuk dalam kategori tinggi.
2. Tingkat kepuasan informasi pada mahasiswa Telkom University angkatan 2017/2018 dalam penggunaan situs igracias.telkomuniversity.ac.id dengan skor rata-rata 3.0173 dan persentase 75,43% termasuk dalam kategori tinggi.
3. Tingkat kepuasan identitas pribadi pada mahasiswa Telkom University

angkatan 2017/2018 dalam penggunaan situs igracias.telkomuniversity.ac.id dengan skor rata-rata 3.3584 dan persentase 83,96% termasuk dalam kategori tinggi.

4. Tingkat kepuasan integrasi dan interaksi sosial pada mahasiswa Telkom University angkatan 2017/2018 dalam penggunaan situs igracias.telkomuniversity.ac.id dengan skor rata-rata 2.8496 dan persentase termasuk 71,24% dalam kategori tinggi.
5. Motif secara keseluruhan pada mahasiswa Telkom University angkatan 2017/2018 dalam penggunaan situs igracias.telkomuniversity.ac.id dengan skor rata-rata 3.1534 dan persentase 78.84% termasuk dalam kategori tinggi.
6. Motif informasi pada mahasiswa Telkom University angkatan 2017/2018 dalam penggunaan situs igracias.telkomuniversity.ac.id dengan skor rata-rata dan persentase 76,35% termasuk dalam kategori tinggi.
7. Motif identitas pribadi pada mahasiswa Telkom University angkatan 2017/2018 dalam penggunaan situs igracias.telkomuniversity.ac.id dengan skor rata- 3751 dan persentase 84.38% termasuk dalam kategori sangat tinggi.
8. Motif integrasi dan interaksi sosial pada mahasiswa Telkom University angkatan 2017/2018 dalam penggunaan situs igracias.telkomuniversity.ac.id dengan skor rata-rata 2.8173 dan persentase 70,43% termasuk dalam kategori tinggi.

Berdasarkan hasil analisis motif dan kepuasan diatas, maka dapat diketahui kesenjangan kepuasan diantaranya

1. Kesenjangan kepuasan mahasiswa Telkom University angkatan 2017/2018 berdasarkan skor rata-rata Gratification Sought (Motif) dan Gratification Obtained (Kepuasan) secara

- keseluruhan tidak terpuaskan, karena Gratification Sought dan Gratification Obtained, yaitu: $3.1534 > 3.1280$
2. Kesenjangan kepuasan mahasiswa Telkom University angkatan 2017/2018 berdasarkan skor rata-rata Gratification Sought (Motif) dan Gratification Obtained (Kepuasan) pada sumber informasi tidak terpuaskan, karena Gratification Sought dan Gratification Obtained, yaitu: $3.0540 > 3.0173$.
 3. Kesenjangan kepuasan mahasiswa Telkom University angkatan 2017/2018 berdasarkan skor rata-rata Gratification Sought (Motif) dan Gratification Obtained (Kepuasan) pada sumber identitas pribadi tidak terpuaskan, karena Gratification Sought dan Gratification Obtained, yaitu: $3.3751 > 3.3584$
 4. Kesenjangan kepuasan mahasiswa Telkom University angkatan 2017/2018 berdasarkan skor rata-rata Gratification Sought (Motif) dan Gratification Obtained (Kepuasan) pada sumber integrasi dan interaksi sosial terpuaskan, karena Gratification Sought dan Gratification Obtained, yaitu: $2.8173 < 2.8496$.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan, & Syamsudin, M. (2013). *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto, & Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bakry. (2016). *Pedoman penulisan skripsi hubungan internasional*. Yogyakarta: Deepublish.
- Darmawan, D. (2012). *Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-pokok materi metodologi penelitian & aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hidayat, S., & Sedarmayanti. (2011). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Manjar Maju.
- Hutahaean, J. (2014). *Konsep sistem informasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kotler, P. (2006). *manajemen pemasaran jilid I dan II*. Jakarta: Gramedia.
- Kriyantono, R. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- L.Gaol, C. J. (2008). *Sistem Informasi Manajemen (pemahaman dan aplikasi)*. Grassindo.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Munir. (2010). *Kurikulum Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan. (2010). *Metode Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Rusman, D. K. (2011). *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Sari, E. S. (1993). *Audience Research (Pengantar studi penelitian terhadap pembaca, pendengar dan pemirsa)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sastradipoera, K. (2005). *Mencari Makna di Balik Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: Kappa-Sipma.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.

- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunaryo. (2004). *Psikologi untuk keperawatan*. Jakarta: EGC.
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar Teori dan manajemen komunikasi*. Yogyakarta: Media Presindo.
- Suyanto. (2005). *pengantar teknologi informasi untuk bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Taniredja, P., & Mustafidah ,s.si., m.kom, H. (2011). *Penelitian kuantitatif (sebuah pengantar)*. Bandung: Alfabeta.
- Wasito, H. (1993). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.
- Ajoye, M. B., & Nwagwu, W. E. (2014). Information System User Satisfaction: a Survey of the Postgraduate School Portal University of Ibadan, Nigeria. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*. Nebraska: University of Nebraska Lincoln.
- Aisha, S. S., & Hendayani, R. (2015). *Pengaruh Kualitas Website Sistem Infomasi Akademik Terhadap Kepuasan Pengguna (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika)*. Bandung: Openlibrary.telkomuniversity.ac.id.
- Almilia, L. S., & Brilliantien, I. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi pada Bank Umum Pemerintahan di Wilayah Surabaya dan Sidoarjo.
- Exploring social commerce adoption in China: A uses and gratification perspective. (2014). *2014 International Conference on Management Science & Engineering 21th Annual Conference Proceedings*. Helsinki, Finland: IEEE.
- Handayani, R. (2010). Analisis Faktor-Faktor yang Menentukan Fektivitas Sistem Informasi pada Organisasi Sektor Publik. *Jurnal akuntansi dan Keuangan* (pp. 26-40). Surabaya: Petra University.
- Handoko. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Sistem Infomasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus STMIK AMIKOM Yogyakarta dan AMIKOM Cipta Darma Surakarta). *Jurnal Ilmiah Among Makarti* (pp. 24-36). Salatiga: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMA Salatiga.
- Ho, H. Y., & Syu, L. Y. (201). Uses and gratifications of mobile application users. *2010 International Conference on Electronics and Information Engineering*. Kyoto, Japan: IEEE.
- Kristiawan, D. (2016). Kepuasan Pengguna Sistem Infomasi Akademik (SIKAD ONLINE) di FKIP UNS dan Pengaruhnya Terhadap Manfaat Peningkatan Kualitas Pembelajaran. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*. Surakarta: FKIP Universitas Sebelas Maret.
- Maditinos, D., Mitsinis, N., & Sotiriadou, D.

- (2008). Measuring User Satisfaction with Respect to Websites. *Portal of scientifi Journal of Croatia* (pp. 81-97). Croatia: HRCAK.
- Mardiana, A. (2015). Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kinerja Sistem Infomasi Akademik dan Keuangan (Studi Kasus : Universitas Majalengka). *Infotech Journal*. Majalengka.
- Putra, R. P. (2015). *Kepuasan Mahasiswa Telkom University dalam Pemanfaatan Situs "smb.telkomuniversity.ac.id" Sebagai Media Informasi*. Bandung: Openlibrary.telkomuniversity.ac.id.
- Rifefan, M. (2015). *Penggunaan Media Online Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Akademis (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Kalangan Mahasiswa Negeri di Yogyakarta)*. Yogyakarta: <http://digilib.uin-suka.ac.id>.
- S, M. F., & Abdurachman, E. (2012). Analisis Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Pengkreditan (Studi Kasus: Koperasi Perumahan Wanabakti Nusantara). *Journal of Applied Finance and Accounting* (pp. 167-193). Jakarta: Journal.binus.ac.id.
- Wang, Y. S., Tang, T. I., & Tang, J.-t. E. (n.d.). An Instrument for Measuring Customer Satisfaction Toward Web Sites That Market Digital Products and Services. *Researchgate*.