

## SUMMARY

# Hubungan Frekuensi Penggunaan Media Website [www.esaunggul.ac.id](http://www.esaunggul.ac.id) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Perkuliahan Mahasiswa Universitas Esa Unggul Angkatan 2011-2013

Created by SHELLY ANGGELINA SOEKARNO

**Subject** : Penggunaan Media Website [www.esaunggul.ac.id](http://www.esaunggul.ac.id)  
**Subject Alt** : Pemenuhan Kebutuhan Informasi Perkuliahan Mahasiswa Universitas Esa Unggul  
**Keyword** : Frekuensi penggunaan website dan pemenuhan kebutuhan informasi

### Description :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui frekuensi penggunaan media website [www.esaunggul.ac.id](http://www.esaunggul.ac.id) dengan pemenuhan kebutuhan informasi perkuliahan mahasiswa Universitas Esa Unggul melalui [www.esaunggul.ac.id](http://www.esaunggul.ac.id) serta hubungan antara frekuensi penggunaan dengan website dengan pemenuhan kebutuhan informasi. Metode yang digunakan adalah survei dengan tujuan deskriptif korelasional. Alat pengumpul data yang digunakan adalah kuesioner, sampel yang diambil menggunakan sampling berstrata (proposional stratified sampling), dan acak sistematis. Analisis data dilakukan dengan menggunakan korelasi Product-Moment.

Dari hasil penelitian, dapat dilihat bahwa paling banyak (39%) responden mahasiswa Universitas Esa Unggul mengakses website [www.esaunggul.ac.id](http://www.esaunggul.ac.id) rendah, dan paling banyak (46%) pemenuhan kebutuhan informasi [www.esaunggul.ac.id](http://www.esaunggul.ac.id) terhadap mahasiswa Universitas Esa Unggul yaitu cukup terpenuhi. Serta hasil koefisien korelasi antara variabel (X dan Y) sebesar ( $r=0,288$ ). Hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan antara frekuensi penggunaan media website dengan pemenuhan kebutuhan informasi.

Adapun saran yang diberikan kepada Humas dan Marketing Universitas Esa Unggul berdasarkan hasil penelitian. Untuk variabel X “frekuensi penggunaan website”, Mengingat frekuensi penggunaan media website [www.esaunggul.ac.id](http://www.esaunggul.ac.id) masih rendah, maka pihak Humas dan Marketing Universitas Esa Unggul harus menyesuaikan penyajian dan kemasan dengan motif mahasiswa Universitas Esa Unggul yang mengakses website untuk hiburan. Misalnya, ditambahkan button menu mengenai informasi-informasi seputar kesehatan. Dan variabel Y “pemenuhan kebutuhan informasi”, pihak Humas dan Marketing Universitas Esa Unggul harus membuat isinya lebih variasi tidak hanya news, article, dan event. Misalnya ditambahkan karya penulisan blog mahasiswa Universitas Esa Unggul. Dan harus menyesuaikan kemasan dalam website [www.esaunggul.ac.id](http://www.esaunggul.ac.id) dengan motif untuk hiburan mahasiswa Universitas Esa Unggul yaitu dalam hal pemilihan grafis yang tepat, layout, dan warna.

**Date Create** : 12/06/2015  
**Type** : Text  
**Format** : pdf

**Language** : Indonesian  
**Identifier** : UEU-Undergraduate-2010-52-017  
**Collection** : 2010-52-017  
**Source** : Undergraduate these communication of faculty  
**Relation Collection** Universitas Esa Unggul  
**COverage** : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul  
**Right** : copyright@2015 esa unggul

**Full file - Member Only**

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

**Contact Person :**

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid ( astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id )

Supervisor