

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	.i
LEMBAR PERSETUJUAN	.ii
LEMBAR PENGESAHAN	.iii
SURAT PERNYATAAN	.iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	.v
KATA PENGANTAR	.vii
DAFTAR ISI	.viii
DAFTAR GAMBAR	.xi
DAFTAR TABEL	.xii
DAFTAR LAMPIRAN	.xiii
ABSTRAKSI	.xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	.1
1.2. Rumusan Masalah	.5
1.3. Tujuan Penelitian	.5
1.4. Manfaat Penelitian	.6
1.5. Kerangka Pemikiran	.6
1.5.1. <i>Social Networking Site (SNS)</i>	.6
1.5.2. <i>Uses and Gratification Theory</i>	.7
1.5.3. <i>Uses and Gratification</i> dan SNS	.12
1.5.4. Motif Penggunaan Media	.13
1.5.5. Kepuasan Penggunaan Media	.15
1.6. Kerangka konsep	.17
1.6.1. Kerangka Konseptual	.17
1.6.2. Definisi Operasional	.18
1.7. Metodologi Penelitian	.22
1.7.1. Jenis Penelitian	.22
1.7.2. Metode Penelitian	.23
1.7.3. Populasi dan Sampel	.23
1.7.3.1. Populasi	.23
1.7.3.2. Sampel	.24
1.7.3.3. Teknik Pengambilan Sampel	.24
1.7.4. Teknik pengumpulan data	.25
1.7.5. Analisis Data	.27

BAB II GAMBARAN UMUM TENTANG *POSTCROSSING* DI INDONESIA

2.1.	Profil <i>Postcrossing</i> di Indonesia.	29
2.2.	Logo <i>Postcrossing</i>	33
2.3.	Cara kerja <i>Postcrossing</i>	34
2.4.	Istilah-Istilah dalam <i>Postcrossing</i>	38
2.5.	Jenis Berkirim Kartu Post pada <i>Postcrossing</i>	41

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1	Uji Validitas dan Realibilitas	45
3.1.1.	Validitas	45
3.1.2.	Reliabilitas	47
3.2.	Deskripsi Profil Responden	48
3.2.1	Jenis Kelamin	48
3.2.2	Usia	49
3.2.3	Status Pernikahan	50
3.2.4	Pekerjaan	50
3.2.5	Pendapatan per bulan	51
3.3.	Penggunaan <i>Postcrossing</i>	52
3.3.1	Lama bergabung dalam <i>Postcrossing</i>	52
3.3.2	Asal mengetahui <i>Postcrossing</i>	53
3.3.3	Kartu Pos yang Dikirimkan per bulannya.	54
3.3.4	Biaya yang di keluarkan.	54
3.3.5	Aktivitas yang dilakukan dalam <i>Postcrossing</i>	55
3.4	Deskripsi <i>gratification sought</i> atau motif penggunaan <i>postcrossing</i>	58
3.4.1	Indikator Motif Informasi.	59
3.4.2	Indikator Motif Identitas Diri.	61
3.4.3	Motif Intergrasi dan Interaksi sosial.	62
3.4.4	Motif Hiburan	64
3.5.	Deskripsi <i>gratification obtain</i> atau kepuasan penggunaan <i>postcrossing</i>	66
3.5.1	Indikator kepuasan Informasi.	67
3.5.2	Indikator Kepuasan Identitas Diri.	68
3.5.3	Kepuasan Intergrasi dan Interaksi sosial.	70
3.5.4	Kepuasan Hiburan	72
3.6.	Analisis perbedaan nilai mean motif dan kepuasan penggunaan <i>Postcrossing</i>	73

BAB IV PENUTUP

4.1. Kesimpulan	78
4.2. Saran	80

DAFTAR PUSTAKA.	81
------------------------	-------	-----------

LAMPIRAN84
-----------------	-------	------------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik anggota penggunaan situs <i>Postcrossing</i>	4
Gambar 1.2. Grafik jumlah kartu pos terkirim keseluruhan dunia	4
Gambar 2.1. Grafik jumlah anggota pengguna situs <i>Postcrossing</i>	29
Gambar 2.2 Grafik jumlah anggota pengguna situs <i>Postcrossing</i>	30
Gambar 2.3 Tampilan <i>Little Paulo</i> . Maskot <i>Postcrossing</i> Indonesia	31
Gambar 2.4 Dokumentasi KPI mengenai liputan salah satu anggota <i>Postcrossing</i> di Radar Jogja	32
Gambar 2.5 Dokumentasi KPI mengenai liputan <i>Postcrossing</i> region semarang di Radar Semarang	33
Gambar 2.6 Logo <i>Postcrossing</i>	33
Gambar 2.7 Tampilan Fomulir pendaftara anggota baru	34
Gambar 2.8 Tampilan Kartu Pos ID yang diberikan pihak <i>Postcrossing</i> .	35
Gambar 2.9 Tampilan Data kartu pos yang sedang <i>traveling</i>	36
Gambar 2.10 Tampilan data kartu pos yang telah dikirim	36
Gambar 2.11 Tampilan formulir pendaftaran kartu pos yang telah diterima	37
Gambar 2.12 Tampilan data kartu pos yang telah dikirim	38
Gambar 2.13 Tampilan data kartu pos yang telah di terima	39
Gambar 2.14 Tampilan data mengenai kartu pos yang sedang dikirim	39
Gambar 2.15 Tampilan data mengenai kartu pos <i>expired</i>	40
Gambar 2.16 tampilan <i>Postcrossing</i> Ambassador	41
Gambar 2.17 tampilan <i>Direct Swap</i> melalui <i>facebook</i>	43
Gambar 3.1 Gambar grafik aktifitas penggunaan <i>postcrossing</i>	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Operasional Konsep	19
Tabel 3.1 Uji validitas motif penggunaan <i>Postcrossing</i>	45
Tabel 3.2 Uji validitas kepuasan penggunaan <i>Postcrossing</i>	46
Tabel 3.3 uji reliabilitas motif dan kepuasan penggunaan	47
Tabel 3.4 Profil responden berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 3.5 Profil responden berdasarkan Usia	49
Tabel 3.6 Profil responden berdasarkan Status pernikahan	50
Tabel 3.7 Profil responden berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 3.8 Profil responden berdasarkan Pendapatan perbulan	51
Tabel 3.9 Profil responden berdasarkan lama bergabung <i>postcrossing</i>	52
Tabel 3.10 Profil responden berdasarkan Asal tahu <i>Postcrossing</i>	53
Tabel 3.11 Profil responden berdasarkan Kartu pos perbulan	54
Tabel 3.12 Profil responden berdasarkan Biaya yang dikeluarkan	54
Tabel 3.13 indikator motif informasi	59
Tabel 3.14 indikator motif identitas diri	61
Tabel 3.15 indikator motif integrasi dan interaksi sosial	62
Tabel 3.16 indikator motif hiburan	64
Tabel 3.17 indikator kepuasan informasi	67
Tabel 3.18 indikator kepuasan identitas diri	69
Tabel 3.19 Indikator kepuasan integrasi dan interaksi sosial	70
Tabel 3.20 indikator kepuasan hiburan	72
Tabel 3.21 <i>Paired samle t test</i> item motif dan kepuasan	73
Tabel 3.22 <i>Paired sample t test</i> indikator motif dan kepuasan	76

DAFTAR LAMPIRAN

1.	KUESIONER	84
2.	Uji validitas dan reliabilitas	90
3.	Deskripsi profil responden	93
4.	Deskripsi tanggapan responden	96
5.	Mean uji T-test	103
6.	Uji Paired sample t-test	106