

**PENGARUH REVIEW FILM AKUN *TWITTER* @WatchmenID
TERHADAP KEPUASAN DAN MINAT MENONTON PENGIKUT**

Oleh:

ADE SEPTIAN

Fakultas Bahasa Dan Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Sultan Agung

ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dari konvensional ke digital memberikan kemudahan dalam berbagai aspek, salah satunya melalui media sosial *Twitter*. Akan tetapi tidak semua informasi yang disampaikan melalui akun *Twitter* mampu memberikan pengaruh pada pengikut akun. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *review* (ulasan) film akun @WatchmenID terhadap kepuasan dan minat menonton pengikut. Tipe penelitian dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan paradigma positivisme. Teori *Uses and Gratification* digunakan untuk menganalisis, dengan teknik pengambilan sampel secara *purposive random sampling* pada 100 responden yang mengikuti akun *Twitter* @WatchmenID. Pengolahan data menggunakan SPSS 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh antara *review* (ulasan) film @WatchmenID terhadap kepuasan dan pengaruh *review* (ulasan) film @WatchmenID terhadap minat menonton pengikut terbukti. Hal ini didukung dengan besarnya nilai korelasi dari perhitungan regresi linear sederhana yang menunjukkan besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) pada variabel *review* film akun @WatchmenID terhadap kepuasan sebesar 0,404. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,163. Sedangkan perhitungan regresi linear sederhana pada variabel *review* akun film @WatchmenID pada minat menonton menunjukkan besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) pada variabel pemasaran interaktif sebesar 0,323. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,104. Hasil pengujian validitas pada semua item pertanyaan dinyatakan valid, sedangkan pada uji reliabilitas diperoleh hasil untuk variabel *review* film sebesar 0,585, variabel kepuasan pengikut sebesar 0,625 variabel minat menonton sebesar 0,287 dan hasil uji t terhadap kepuasan pengikut sebesar 4,376 dan hasil uji t terhadap minat menonton sebesar 3,377.

Kata kunci : *review*, akun *Twitter*, kepuasan , minat menonton, *Uses and Gratification*

THE EFFECT OF REVIEWS OF @WatchmenID TWITTER ACCOUNT FILM ON FOLLOWERS SATISFACTION AND INTEREST

By:

ADE SEPTIAN

Faculty of Language and Communication Sciences, Communication Science
Study Program
Sultan Agung Islamic University

ABSTRACT

The development of communication and information technology from conventional to digital provides convenience in various aspects, one of which is through the social media Twitter. However, not all information conveyed through Twitter accounts is able to have an influence on account followers. The purpose of this study was to determine the effect of @WatchmenID account movie reviews on followers' satisfaction and interest in watching. The type of research in this research is quantitative with a positivism paradigm. The theory of Uses and Gratification was used to analyze, by using purposive random sampling technique for 100 respondents who followed the Twitter account @WatchmenID. Data processing using SPSS 22.

The results of this study indicate that the hypothesis which states that there is an influence between @WatchmenID movie reviews on satisfaction and the effect of @WatchmenID movie reviews on followers' viewing interest is proven. This is supported by the magnitude of the correlation value from the simple linear regression calculation which shows the magnitude of the correlation value or relationship (R) on the @WatchmenID account movie review variable to satisfaction of 0.404. From this output, the coefficient of determination (R Square) is 0.163. Meanwhile, the simple linear regression calculation on the @WatchmenID flim account review variable on watching interest shows the magnitude of the correlation or relationship (R) value on the interactive marketing variable of 0.323. From this output, the coefficient of determination (R Square) is 0.104. The results of the validity test on all question items were declared valid, while the reliability test results for the movie review variable were 0.585, the follower satisfaction variable was 0.625, the viewing interest variable was 0.287 and the t test results on follower satisfaction were 4.376 and the t test results on watching interest were 3,377.

Keywords : review, Twitter account, satisfaction, interest in watching, Uses and Gratification

