

Pengaruh sinkronisitas media pada hubungan antara persepsi nilai dan kepuasan terhadap intensi loyalitas (studi terhadap perilaku pengikut akun media sosial IndonesiaBaik.id) = The media synchronicity effect in relationship between value perception and satisfaction on loyalty intention (study on followers behavior of IndonesiaBaik.id social media account) / Khoirun Nisa'

Khoirun Nisa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20475795&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tesis ini membahas peran sinkronisitas media pada hubungan antara nilai utilitarian, nilai hedonik, nilai sosial dan kepuasan terhadap loyalitas dalam konteks media sosial dan hubungan antara pemerintah dengan masyarakat. Peran sinkronisitas media ini menjadi variabel perantara dalam hubungan kausal dari kognisi, afeksi dan konasi berdasarkan Theory of Reasoned Action. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh nilai utilitarian, nilai hedonik dan nilai sosial terhadap kepuasan, menjelaskan pengaruh nilai utilitarian, nilai hedonik dan nilai sosial terhadap kepuasan melalui sinkronisitas media dan menjelaskan pengaruh kepuasan terhadap intensi loyalitas. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan survei kepada 195 pengikut akun media sosial IndonesiaBaik.id yang menjadi peserta pelatihan grafis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai utilitarian dan nilai hedonik memiliki pengaruh terhadap kepuasan, sinkronisitas media menjadi variabel perantara yang mendorong pengaruh nilai utilitarian, nilai hedonik dan nilai sosial terhadap kepuasan, dan kepuasan memiliki pengaruh terhadap intensi loyalitas. Secara keseluruhan, sinkronisitas media memiliki peran penting dalam keberhasilan komunikasi yang diindikasikan dari intensi loyalitas. Selain itu, nilai hedonik menjadi prediktor tertinggi dari intensi loyalitas. Hasil penelitian menyarankan bahwa nilai hedonik perlu diperhatikan untuk menjaga loyalitas pengikut akun media sosial pemerintah dalam hubungan antara pemerintah dengan masyarakat. Selain itu, nilai sosial menjadi isu penting yang diperhatikan dalam pengembangan strategi kehumasan pemerintah. Pemanfaatan sinkronisitas media perlu ditingkatkan untuk keberlangsungan hubungan antara pemerintah dan masyarakat dengan pelibatan pengikut akun media sosial IndonesiaBaik.id secara aktif.

ABSTRACT

This thesis discusses the role of media synchronicity in the relationship between utilitarian value, hedonic value, social value and satisfaction to loyalty in the context of social media and the relationship between government and society. The role of media synchronicity becomes an intervening variable in the causal relationships of cognition, affection and conation based on the Theory of Reasoned Action. This study aims to explain the effect of utilitarian value, hedonic value and social value on satisfaction, to explain the influence of utilitarian value, hedonic value and social value to satisfaction through media synchronicity and to explain the influence of satisfaction on loyalty intention. This research is a quantitative

study by using survey to 195 followers of IndonesiaBaik.id social media account who become participants of graphic training. The results showed that utilitarian value and hedonic value have influence to satisfaction, media synchronicity becomes intermediate variable that encourage influence of utilitarian value, hedonic value and social value to satisfaction, and satisfaction has influence to loyalty intention. Overall, media synchronicity has an important role in communication successfulness indicated by loyalty intentions. In addition, the hedonic value becomes the highest predictor of loyalty intention. The results suggest that hedonic value should be considered to maintain loyalty of government social media follower in the relationship between government and citizen. In addition, social values become an important issue in the development of public relations strategy. Media synchronicity utilization needs to be improved for sustainability of relationship between government and citizen with active involvement of social media followers of IndonesiaBaik.id.