

ABSTRAK

Nama/NIM: Shelly Anggelina Soekarno/2010-52-017

Judul: Hubungan Frekuensi Penggunaan Media Website www.esaunggul.ac.id dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Perkuliahan Mahasiswa Universitas Esa Unggul Angkatan 2011-2013

Jumlah Halaman : 88 Halaman

Kata kunci : Frekuensi penggunaan website dan pemenuhan kebutuhan informasi

Daftar pustaka: 33 judul buku; 8 sumber lain

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui frekuensi penggunaan media website www.esaunggul.ac.id dengan pemenuhan kebutuhan informasi perkuliahan mahasiswa Universitas Esa Unggul melalui 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 rendah, dan paling banyak (46%) pemenuhan kebutuhan informasi 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 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 dengan motif untuk hiburan mahasiswa Universitas Esa Unggul yaitu dalam hal pemilihan grafis yang tepat, layout, dan warna.