

ABSTRAK

PENGARUH KONVERGENSI MEDIA MASSA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LAMPUNGPOST.ID

Oleh

DEBBY RIZKY SUSILO

Perkembangan teknologi dalam bentuk digital memberikan dampak di berbagai aspek, salah satunya perusahaan media massa. Media massa yang awalnya memproduksi secara cetak sekarang menyesuaikan bentuk digital, dengan melakukan konvergensi media massa. Perubahan media massa dari cetak ke digital memengaruhi aspek internal dan eksternal perusahaan. Eksternal perusahaan yaitu pelanggan media massa yang menentukan eksistensi media massa tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh konvergensi media massa terhadap kepuasan pelanggan lampungpost.id. Lampungpost.id merupakan salah satu bentuk konvergensi media Lampung Post untuk mempertahankan eksistensinya di perkembangan zaman. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan berbayar lampungpost.id. Penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh konvergensi media terhadap kepuasan pelanggan. Hasil yang didapatkan adalah pengaruh konvergensi media massa (multiplatform, multimedia, multichannel) terhadap kepuasan pelanggan (kebutuhan kognitif, afektif, intergratif personal, intergratif sosial dan pelepasan ketegangan) Lampungpost.id sebesar 48,70%. Hasil r -hitung (0,697) yang lebih besar dari r -tabel (0,349) membuat H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil kumulatif kedelapan dimensi penelitian didapatkan bahwa pelanggan lampungpost.id merasa sangat puas dengan adanya konvergensi media di Lampung Post.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Konvergensi, Lampungpost.id, Lampung Post, Media Massa, Teori *Uses and Gratification*.

ABSTRACT

EFFECT OF MEDIA CONVERGENCE ON LAMPUNGPOST.ID'S CUSTOMER SATISFACTION

By

DEBBY RIZKY SUSILO

Technology development into digital has impacted various aspects. One of them is a mass media company. The mass media which originally produced in the printed form now is adjusting in digital form, by mass media convergence. Mass media changes from print to digital affects the internal and external aspects of the company. The external of the company, which is the mass media customers can determine the existence of the mass media. The research aimed to determine the effect of media convergence on Lampungpost.id's customer satisfaction. Lampungpost.id is a media convergence of Lampung Post to maintain its existence in the new era. The population of this research was Lampungpost.id's paid customer. This study used simple linear regression to determine the effect of media convergence on customer satisfaction. The result showed the effect of media convergence (multiplatform, multimedia, multichannel) on customer satisfaction (need of cognitive, affective, personal integrative, social integrative, and escapist) of Lampungpost.id was 48,70%. The result of r-value (0,697) greater than r-table (0,349) which concluded H_0 was rejected while H_a was accepted. The cumulative result of eight research dimensions determined that Lampungpost.id's paid customers very satisfied with Lampung Post's media convergence.

Key words: Customer Satisfaction, Lampungpost.id, Lampung Post, Mass Media, Uses and Gratification Theory.