

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh intensitas terpaan informasi twitter @HellofktvJogja terhadap preferensi pengunjung Hello FKTv Jogja. Untuk mengetahui efektivitas media twitter sebagai media komunikasi dan promosi terhadap intensitas preferensi pengunjung untuk datang berkaraoke maka perlu dilakukan penelitian mengenai bagaimana pengaruh intensitas terpaan informasi twitter Hello FKTv terhadap preferensi pengunjung atau pelanggannya. Intensitas terpaan informasi diukur dengan variabel frekuensi seberapa sering menggunakan twitter dan intensitas yaitu keseriusan dan pemahaman atas isi twitter. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Uji hipotesis menggunakan uji F dan t didukung oleh koefisien determinasi ganda dan parsial. Populasi penelitian merupakan pengunjung Hello FKTv dengan jumlah sempel 96 orang. Data yang didapat dari penyebaran angket terhadap pengunjung. Hasil penelitian dengan analisis regresi menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan terpaan informasi melalui twitter yaitu variabel frekuensi dan intensitas terhadap preferensi pengunjung dengan nilai probabilitas  $0,000 < 0,05$ . Secara parsial variabel frekuensi memiliki pengaruh terhadap preferensi pengunjung dengan nilai probabilitas  $0,001 < 0,05$ . Sedangkan variabel intensitas juga memiliki pengaruh terhadap preferensi pengunjung dengan nilai probabilitas  $0,000 < 0,05$ . Variabel bebas yang paling dominan dengan nilai tertinggi adalah variabel intensitas dengan nilai pengaruh sebesar 31,5% . Sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini misalnya iklan di media lain, atau program promo lainnya.

## ABSTRACT

This study aims to identify and analyze the influence of the intensity of exposure to twitterHellofktvJogja information on a visitor's preferences FKTv Hello Jogja. To examine the effectiveness of media twitter sebegai media communication and promotion to the intensity of preferences of visitors to come to karaoke is necessary to do research on how to influence the intensity of exposure to twitter Hello FKTv information to the visitor or customer preference. Intensity of exposure is measured by variable frequency information of how often use twitter and intensity that seriousness and understanding of the contents twitter. Analysis of the data used in this research is descriptive analysis and multiple linear regression analysis. Hypothesis testing using the F test and t supported by koefisisen double determination and partial. The study population is the number of visitors Hello FKTv sample of 96 people. The data obtained from the questionnaire to visitors. Results of research by regression analysis showed the re was a positive and significant effect of exposure to information through the twitter of variable frequency and intensity to the preferences of visitors with probability value  $0,000 < 0,05$ . Partial variable frequency has an influence on a visitor's preferences with probability value  $0,001 < 0,05$ . While the variable intensity also has an influence on a visitor's preferences with probability value  $0,000 < 0,05$ . The most dominant independent variable with the highest value is the value of the variable intensity of the effect of 31.5%. Rest influenced other factors not included in this study such as ads in other media, or other promo program.