

PENGARUH TERPAAN FITUR LINE TODAY TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI MAHASISWA PERGURUAN TINGGI SWASTA DI KOTA BANDUNG

The Impact of LINE TODAY Features Toward The Private College's Students Information Needs in Bandung City

Dior Triandra¹, Ayub Ilfandy Imran Ph.D²

^{1,2} Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹diortrianda@gmail.com, ²a_ilmfandy@yahoo.com

Abstrak

LINE TODAY merupakan layanan konten yang tersedia pada aplikasi LINE dan juga bisa diakses melalui <http://today.line.me>. Konten yang dipublikasikan di LINE TODAY dibuat oleh media yang menjadi mitra LINE TODAY dan dikurasi oleh tim editorial LINE TODAY demi menjaga keseimbangan dan netralitas. LINE TODAY bertujuan memperkaya kehidupan sehari-hari pengguna LINE melalui konten yang berimbang, terkini, dan informatif. Dalam mempublikasikan informasi-informasinya, LINE TODAY juga menyisipkan gambar maupun video. Selain membuat isi konten lebih menarik, hal ini juga meningkatkan kepercayaan terhadap para pembacanya akan suatu informasi. Selain membaca, LINE TODAY juga menyediakan sarana untuk memberikan komentar, sehingga pembaca dapat berdiskusi maupun hanya untuk sekedar menyuarakan pendapatnya.

Perumusan masalah pada penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh terpaan informasi LINE TODAY terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa perguruan tinggi swasta di Kota Bandung. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode regresi linier sederhana. Populasi diambil dari tiga perguruan tinggi swasta terbesar di Kota Bandung yaitu Universitas Pasundan, Universitas Telkom dan Universitas Komputer Indonesia, yang totalnya 71.791 mahasiswa saat penelitian ini dilakukan, dan dengan sampel sebanyak 100 responden. Variabel bebas adalah tepaan fitur LINE TODAY yang terdiri dari tiga sub variabel yaitu frekuensi, durasi dan perhatian. Variabel terikat adalah pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa perguruan tinggi swasta di Kota Bandung. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuisioner online kepada mahasiswa perguruan tinggi swasta pengguna LINE TODAY.

Dengan menggunakan metode regresi linier sederhana, hasil perhitungan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi setelah mendapat terpaan informasi berada pada kategori baik, artinya dapat diketahui terdapat pengaruh yang signifikan dari terpaan informasi ke pemenuhan kebutuhan informasi.

Kata Kunci: Terpaan Informasi, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Stimulus

Abstract

LINE TODAY is a content service that available on LINE app and also can be accessed via <http://today.line.me>. Published content on LINE TODAY was created by LINE TODAY's media partner and curated by the LINE TODAY editorial team to maintain balance and neutrality. LINE TODAY aims to enrich the daily life of LINE users through balanced, up-to-date, and informative content. In publishing the information, LINE TODAY also inserts pictures and videos. Besides of making the content more interesting, it also increases the trust of the readers of the information. Besides reading, LINE TODAY also provides a comments section, so readers can discuss or just talk about their opinions.

The formulation of the problem in this research is how much influence LINE TODAY exposure to the fulfillment of information needs of private university students in Bandung. Data analysis technique that used in this research is quantitative with simple linier regression method. The population is taken from the three largest private universities in Bandung, Pasundan University, Telkom University and University Computer Indonesia, that consist of 71.791 students while the research was conducted, and with a sample of 100 respondents. Free variable is exposure feature LINE TODAY consisting of three sub variable that is frequency, duration and attention. The dependent variable is the fulfillment of information needs of private college students in Bandung. Data collection was done by distributing online questionnaires to private university students who are LINE TODAY users.

By using simple linear regression method, the result of calculation on the fulfillment of information needs after getting exposure of information is in good category, that means can be known there is significant influence from exposure of information to the fulfillment of information needs.

Keywords: *Information Absorption, Fulfillment of Information Needs*

1. Pendahuluan

Di era modern sekarang ini segala kebutuhan informasi dan komunikasi dapat dengan mudah diperoleh, tidak seperti dulu yang segala bentuk komunikasinya seolah dibatasi ruang dan waktu. Di era sebelumnya, media cetak maupun televisi menjadi sarana utama dalam menyebarkan informasi karena kebutuhan komunikasi dan informasi sudah dirasa sangat penting bagi manusia. Seiring berkembangnya zaman, internet mulai terbentuk sesuai kebutuhan manusia, seperti berkomunikasi, maka internet memunculkan suatu media baru, media yang biasa disebut media sosial. Dalam komunikasi berbasis media sosial, seorang komunikator akan mengirimkan pesannya melalui berbagai *platform*, karena perkembangan teknologi sudah semakin berkembang, maka komunikasi tidak terbatas hanya melalui tatap muka. Setelah perkembangan zaman tersebut, munculah media sosial yang berbasis internet seperti media *chatting* MiRC, Yahoo *messenger*, MSN, BBM hingga *platform* yang sedang banyak digunakan saat ini yaitu LINE. LINE adalah media komunikasi terbaru saat ini, yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi melalui *text*, via suara bahkan hingga tatap muka kapanpun dan dimana saja selama *platform* tersebut terhubung dengan internet.

Dalam aplikasi LINE, LINE memiliki fitur yang dinamakan LINE TODAY. Fitur ini mengumpulkan dan menyediakan informasi dari berbagai media massa *online* Indonesia dengan bacaan menarik seputar berita politik, sosial, ekonomi, teknologi, hingga *lifestyle* dan *entertainment* dari dalam maupun luar negeri yang sedang menjadi bahan perbincangan viral saat ini dengan *update* secara berkala. LINE TODAY juga menyisipkan foto dan bahkan video agar menarik minat para pembaca. Selain membaca, LINE TODAY juga menyediakan sarana untuk memberikan komentar, sehingga pembaca dapat berdiskusi maupun hanya untuk sekedar menyuarakan pendapatnya. Untuk saat ini

Disamping kemudahan dan kepraktisan LINE TODAY memberikan informasi, secara cepat dan singkat LINE TODAY menyebarkan informasinya begitu cepat tanpa dibatasi ruang dan waktu kepada pembaca. LINE TODAY tidak selalu mendapat respon baik dari pengguna LINE sendiri. Hal tersebut dapat diamati melalui kolom komentar pembaca yang disediakan oleh fitur LINE TODAY ini pada setiap kolom beritanya. Banyak netizen yang mengeluh dan memprotes isi berita yang disuguhkan tidak layak dan tidak bermutu untuk diinformasikan kepada para pengguna LINE.

Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa LINE TODAY sudah efektif menerpakan informasinya, khususnya mahasiswa bandung, Yang dimana penggunaan *platform* ini sangat banyak digunakan oleh kalangan remaja untuk bertukar informasi, selain itu jumlah mahasiswa terbanyak di jawa barat sendiri berada di kota bandung, dan dikota bandung sendiri universitas swasta menempati posisi terbanyak jumlahnya dibanding, Namun masih ada beberapa aspek yang kiranya membuat LINE TODAY ini tidak efektif menerpakan informasinya. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengambil judul “**Pengaruh Terpaan Fitur LINE TODAY Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Bandung**”

Berdasarkan uraian dan penjelasan yang telah dikemukakan pada pendahuluanmaka identifikasi masalah pada penelitian yaitu “Seberapa besar pengaruh terpaan LINE TODAY terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa perguruan tinggi swasta di kota bandung?”

2. Dasar Teori dan Metodologi

2.1 Komunikasi

Komunikasi adalah suatu kemampuan yang sudah dimiliki kita sejak lahir, komunikasi dapat didefinisikan sebagai usaha penyampaian pesan antar manusia, yaitu penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan akan menghasilkan efek dan umpan balik kepada komunikator Daryanto (2011:10), jadi pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial dimana interaksi komunikasi sangat diperlukan untuk menunjang kehidupan, manusia akan menyampaikan suatu stimulus yang akan direspon oleh lawan bicaranya.

2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan salah satu proses komunikasi kepada masyarakat luas yang inti komunikasinya ditentukan oleh suatu institusionalnya dalam bentuk pemerintahan, pendidikan dan agama dalam proses tukar menukar informasi (McQuail 1987:7). Komunikasi massa memiliki 4 dimensi dalam fungsi komunikasi namun Wright (1960) mengambangkan efek dasar yang sebenarnya lebih banyak jumlahnya, Wright juga menambahkan hiburan sebagai fungsi lain dari media yang mungkin memang merupakan bagian dari perkembangan budaya yang pada akhirnya didapat serangkaian ide dasar mengenai fungsi media dalam masyarakat Diemensi tersebut antara lain :

1. Informasi

Meliputi pada penyediaan dari pengumpulan, sampai penyamaan informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat baik dalam negeri maupun luar negeri.

2. Korelasi

Meliputi fungsi sebagai penafsiran informasi mengenai maksud pada informasi yang disampaikan, untuk sebagian, fungsi ini di identifikasi sebagai fungsi editorial atau propaganda.

3. Kesenambungan

Sebagai pengekspresian budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan yang khusus serta perkembangan budaya baru agar melestarikan nilai nilai budaya.

4. Hiburan

Fungsi sebagai penyedia hiburan, pengalihan perhatian dan sarana relaksasi agar meredakan ketegangan social.

5. Mobilisasi

Fungsinya sebagai sarana mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, pembangunan ekonomi, pekerjaan, dan kadang pada bidang agama

Namun pada dasarnya urutan tersebut tidak dapat menentukan urutan peringkat semua butir diatas, karena keterkaitan antara fungsi dengan isi yang sebenarnya tidaklah tegas sehingga suatu fungsi tertentu bisa saja bertumpang tindih dengan fungsi yang lainnya

2.3 New Media

New Media merupakan media yang menggunakan internet, media *online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara *public* (Mondry, 2008: 13). Menurut Denis McQuail dalam buku *Teori Komunikasi Massa* (2011:43) ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan. Interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada dimana mana. Karakter media baru yang merupakan bentukdigital tentu memudahkan aktifitas dalam bertukar informasi secara cepat dan mudah diakses dimanapun dan kapanpun sebagai media komunikasi yang efisien dengan orang yang berada jauh sekalipun.

2.4 Media Sosial

Kehadiran media sosial membuat sebuah suatu informasi dapat menjangkau wilayah yang lebih luas, bahkan bisa bersifat global. Keberagaman media sosial membuat sebuah informasi bisa tersebar melalui beragam jenis konten, tidak hanya teks, tetapi juga secara audio, visual, maupun audio-visual. Jumlah khalayak yang besar di media sosial menjadi pertimbangan institusi media massa untuk menjadikan media sosial sebagai saluran promosi. (Nasrullah, 2015: 158)

Media sosial membawa penggunanya untuk mengikuti tren yang ada di dalam media sosial tersebut. Maka dari itu, saat ini berita atau informasi lebih cepat tersebar di media sosial. Selain itu media sosial juga membuat hal baru dengan memposisikan penggunanya akan merasa trendi dengan menggunakan media sosial. Ini berkaitan dengan pengertian media sosial menurut Van Dijk 2013 dalam Nasrullah, (2015:11), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitor) *online* yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

2.5 LINE

LINE adalah sebuah aplikasi pesan instant. Menurut Zarella (Widjajanto:2013:147), Line merupakan media sosial yang termasuk dalam kelompok kategori forum yang dikenal sebagai jenis media sosial yang merupakan *community bulletin board* atau forum online yang digunakan untuk saling kirim email atau surel, chatting atau mengakses piranti lunak.

Aplikasi line merupakan suatu aplikasi pesan yang dapat diakses menggunakan telepon genggam maupun PC. Aplikasi ini tidak hanya digunakan untuk bertukar pesan teks, namun aplikasi ini juga dapat digunakan sebagai alat

bertukar data pesan yang beragam dari video, foto, audio dan sebagainya. Cara kerja dari aplikasi ini bisa dimasukkan dalam kategori peer-to-peer atau chatroom. Melalui LINE kita dapat melakukan aktivitas seperti mengirim pesan teks, mengirim gambar, video, panggilan video dan pesan suara.

2.6 LINE TODAY

Menurut situs resmi LINE TODAY <https://today.line.me/id>, LINE TODAY merupakan layanan konten yang tersedia pada aplikasi LINE dan juga bisa diakses melalui <http://today.line.me>. Konten yang dipublikasikan di LINE TODAY dibuat oleh media yang menjadi mitra LINE TODAY dan dikurasi oleh tim editorial LINE TODAY demi menjaga keseimbangan dan netralitas. LINE TODAY bertujuan memperkaya kehidupan sehari-hari pengguna LINE melalui konten yang berimbang, terkini, dan informatif.

Dalam mempublikasikan informasi-informasinya, LINE TODAY juga menyisipkan gambar maupun video. selain membuat isi konten lebih menarik, hal ini juga meningkatkan kepercayaan terhadap para pembacanya akan suatu informasi. Selain membaca, LINE TODAY juga menyediakan sarana untuk memberikan komentar, sehingga pembaca dapat berdiskusi maupun hanya untuk sekedar menyuarakan pendapatnya.

Dalam mempublikasikan informasi-informasinya, LINE TODAY memiliki empat jenis informasi untuk disebarluaskan kepada para pembacanya, antara lain:

1. *News*: kategori ini memberikan kumpulan informasi mengenai berita politik, ekonomi, sosial dalam negeri maupun luar negeri
2. *Entertainment*: kategori ini memberikan kumpulan informasi yang bersifat santai dan menghibur
3. *Biz & Tech*: kategori ini memberikan kumpulan informasi mengenai teknologi
4. *Lifestyle*: kategori ini memberikan kumpulan informasi mengenai gaya hidup sosial masyarakat masa kini

2.7 Terpaan Media

Terpaan media adalah suatu perilaku audiens dalam menggunakan media massa. Terpaan media dapat diartikan sebagai suatu kondisi di mana audiens terpa oleh isi media atau bagaimana konten dalam media tersebut menerpa audiens. Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Terpaan media adalah banyaknya informasi yang diperoleh melalui media, yang meliputi frekuensi, atensi dan durasi penggunaan pada setiap jenis media yang digunakan (Rakhmat, 2012).

Terpaan media merupakan kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut, yang dapat terjadi pada tingkat individu ataupun kelompok. Ardianto (2004) mengungkapkan untuk mengukur terpaan media dapat dilihat dari 3 faktor:

1. Frekuensi, diukur berdasarkan berapa kali sehari seseorang menggunakan media dalam satu minggu, berapa kali seminggu seseorang menggunakan dalam satu bulan, serta berapa kali sebulan seseorang menggunakan media dalam satu tahun.
2. Durasi penggunaan media, berdasarkan berapa lama khalayak menggunakan media dan mengikuti suatu program.
3. Pehatian (atensi), proses mental seseorang dalam menyimak suatu program. Meliputi menonton dengan melakukan kegiatan lain, menonton dengan tidak melakukan kegiatan lain, dan menonton dengan melakukan diskusi.

Dari beberapa pengertian terpaan media tersebut penulis menyimpulkan bahwa. Terpaan media dapat diukur dari pola konsumsi informasi yang diperoleh dari media melalui kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan pada media informasi, dengan berdasarkan frekuensi, atensi, dan durasi dalam memperoleh informasi.

2.8 Teori Uses and Gratifications

Herbert Blumler dan Elihu Katz adalah orang pertama yang mengenalkan teori *uses and gratifications*. Teori ini dikenalkan pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*. Teori uses and gratifications milik Blumler dan Katz ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin 2007:191-192).

Dalam Rakhmat (2008:66) menurut Blumer, teori *uses and gratification* memiliki 3 motif orientasi, yaitu: orientasi kognitif (kebutuhan akan informasi, *surveillance*, atau eksplorasi realitas). diversifikasi (kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan). serta identitas personal (penggunaan isi media untuk memperkuat/menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri).

Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan

media secara keseluruhan (Rosengren dalam Rakhmat, 2008:66). Efek media dapat dioperasionalkan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasan. Misalnya: sampai sejauh mana surat kabar membantu responden memperjelas suatu masalah; sebagai dependensi media, misalnya: kepada media mana atau isi yang bagaimana responden amat bergantung untuk tujuan informasi; dan sebagai pengetahuan, misalnya: apa yang diketahui responden perihal persoalan tertentu (Rakhmat, 2008:66).

3. Metode Penelitian

3.1 Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian untuk meneliti suatu populasi dan sampel tertentu, dengan melakukan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2012:7)

Metode penelitian ini peneliti pilih karena penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis pada penelitian ini, dan untuk melihat hubungan variabel terhadap objek yang diteliti, sehingga jenis penelitian ini bersifat kausal. Menurut Sugiyono (2012:42) "Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi)". Variabel sebab akibat dalam penelitian ini adalah Pengaruh Terpaan Informasi LINE TODAY (X) Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa (Y).

3.2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui seberapa baik variabel bebas (X) menjelaskan variabel terikat (Y). dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara nol dan satu. Koefisien determinasi nol menunjukkan variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu. Maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) (Sugiyono, 2014:231)

3.3 Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Indrawan dan Poppy, 2014: 170)

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

- a : Konstanta
- Y : Pemenuhan Kebutuhan Informasi
- X : Terpaan Media
- b : Koefisien Regresi

3.4 Uji simultan F

Menurut Sanusi (2011:137) uji seluruh koefisien regresi secara serempak sering disebut dengan uji model. Uji F yang signifikan menunjukkan bahwa variasi variabel terikat dijelaskan sekian persen oleh variabel bebas secara bersama sama. Uji F ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara bersama sama atau simultan, variabel-variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Pembuktian dilakukan dengan cara membandingkan nilai *Fhitung* dengan *Ftabel* pada taraf signifikansi 5% (0,05) dan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df1 = (k-1)$, dan $df2 = (n-k)$, dimana k = jumlah variabel dan n = jumlah sampel dalam penelitian hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini

$$Fh = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda yang telah ditemukan

k = jumlah variabel independen
 n = jumlah anggota sampel
 F = *Fhitung* yang selanjutnya dibandingkan dengan *Ftabel*

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dilihat dari hasil pengumpulan data melalui kuisisioner, dapat diketahui bahwa jumlah responden wanita lebih dominan dari responden pria, dimana jumlah responden wanita sebanyak 54%, sedangkan pria 46%. Usia 21-25 tahun memiliki persentase terbesar yaitu 89% sedangkan jumlah responden dari tiga universitas memiliki jumlah yang hamper berimbang, yaitu, Universitas Telkom sebesar 34%, Universitas Komputer Indonesia sebesar 34% dan Universitas Pasundan sebesar 32%

Data yang diperoleh pada hasil penelitian ini menggunakan teknik *Rank Order Mean*, yaitu adalah jumlah skor dari jawaban responden terhadap pertanyaan atau pernyataan yang telah disusun oleh peneliti, mengenai variabel penelitian. Jawaban responden terhadap kuesioner yang telah disebar oleh penulis, akan ditampilkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dan presentase dengan pengambilan kriteria yang telah ditentukan.

Tabel 1
Skala Interpretasi Skor persentase

No.	Persentase	Kriteria Penilaian
1	20% - 36%	Sangat Buruk
2	36% - 52%	Buruk
3	52% - 68%	Cukup
4	68% - 84%	Baik
5	84% - 100%	Sangat Baik

Tabel 2
Hasil Koefisien Determinasi
Tabel Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.854 ^a	.729	.727	5.38110

Berdasarkan output diatas, dapat dilihat bahwa nilai korelasi (R) sebesar 0.854, dengan demikian koefisien determinasi dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 KD &= r^2 \times 100\% \\
 &= (.854^2) \times 100\% \\
 &= 729 \times 100\% \\
 &= 72.9\%
 \end{aligned}$$

Dapat dilihat bahwa koefisien determinasi sebesar 0,729 atau sebesar 72,9% yang berarti hubungan antara variabel terpaan informasi (X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y) memiliki hubungan yang kuat.

Tabel 3
Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.146	3.090		1.989	.050
X_TOTAL	1.119	.069	.854	16.250	.000

Berdasarkan tabel *output* di atas, dapat dilihat bahwa diperoleh nilai a sebesar 6.146 dan b sebesar 1.119, dengan nilai korelasi sebesar 0.854 memberikan indikasi bahwa terpaan informasi LINE TODAY memiliki pengaruh

yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa. Hal ini dikarenakan, jika nilai signifikan lebih kecil ($<$) dari nilai taraf signifikan maka H_0 ditolak. Artinya terpaan terhadap fitur LINE TODAY memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna.

Tabel 4
Uji Simultan F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7646.293	1	7646.293	264.064	.000 ^b
	Residual	2837.707	98	28.956		
	Total	10484.000	99			

Dari deskripsi di atas, maka dapat diketahui bahwa H_0 pada hipotesis ditolak dan H_1 diterima. Sehingga secara simultan variabel terpaan informasi LINE TODAY pada penelitian ini didapati bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari terpaan informasi LINE TODAY terhadap pemenuhan kebutuhan informasi

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh terpaan informasi LINE TODAY terhadap pemenuhan kebutuhan Informasi mahasiswa universitas swasta di Kota Bandung, variabel ini memiliki hubungan antar variabel yang sangat kuat, hal ini dapat dibuktikan melalui hasil uji korelasi pada bab sebelumnya, jika telah dibuktikan memiliki hubungan yang sangat kuat, maka dapat dilakukan uji-uji selanjutnya, dari hasil uji-uji selanjutnya ini memiliki kesimpulan yang dapat menjawab identifikasi masalah dari penelitian ini. Penulis mengambil kesimpulan bahwa terpaan informasi LINE TODAY memberikan kontribusi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa universitas swasta di kota Bandung. Hal ini dapat dilihat bahwa terpaan informasi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi.

Besarnya pengaruh terpaan informasi LINE TODAY terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa universitas swasta di Kota Bandung memiliki nilai yang positif. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa terpaan informasi LINE TODAY dapat memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh mahasiswa, khususnya di universitas swasta kota Bandung, setelah mengkonsumsi informasi dari LINE TODAY, dimana dimensi frekuensi memiliki pengaruh yang paling besar yaitu 79.95% yang artinya para pengguna LINE sering mengakses informasi LINE TODAY untuk memenuhi kebutuhannya. Terpaan LINE TODAY memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para penggunanya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang dikemukakan, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat dijadikan referensi dan untuk memperluas wawasan, antara lain

5.1 Saran praktis

Penelitian ini hanya terbatas pada LINE TODAY saja, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mencari objek lain yang sejenis sebagai pembanding untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan pada objek lain seperti BABE (baca berita), Yahoo News. Selain itu diharapkan juga untuk memperluas sampel sehingga dapat menambahkan beberapa variabel seperti contohnya pola konsumsi para pembaca yang kemungkinan dapat berpengaruh pada pemenuhan kebutuhan informasi, atau disarankan untuk memilih subjek dengan demografis yang berbeda selain mahasiswa seperti golongan pekerja ataupun ibu rumah tangga. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang memiliki judul yang sama namun dengan objek yang berbeda.

5.2 Saran Praktis

Berdasarkan kesimpulan yang didapat dari penelitian pengaruh terpaan informasi LINE TODAY terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa perguruan tinggi swasta di kota Bandung, peneliti memiliki saran sebagai berikut:

1. Dimensi durasi pada terpaan informasi memiliki pengaruh terkecil dimana durasi berada pada kategori cukup, sehingga menurut peneliti ada baiknya isi informasi seperti gaya penulisan dan media pendukung seperti gambar dan video semakin diperbaiki, agar para pembaca lebih tertarik untuk membaca konten secara keseluruhan.
2. Pada hasil kuisinoner para pembaca setuju bahwa sering sekali LINE TODAY memberika judul headline yang kurang pantas untuk disebarakan, selain itu isi berita sering sekali mengalami kesalahan dalam penulisa (typo) maka dari itu penulis menyarankan agar judul headline dan gaya penulisan untuk lebih diperrhatikan lagi agar kedepannya tidak lagi terjadi kesalahan pahaman baik dalam cara penulisan konten maupun judul headline.

Daftar Pustaka:

- Ardianto, 2004. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Daryanto, 2011. *Ilmu Komunikasi Jilid 1*. Bandung. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- Indrawan, Rully dan Poppy Yaniawati. 2014. *Metodologi Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung. Refika Aditama
- McQuail, 1987. *Teori Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- McQuail, 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika
- Mondry, 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nasrullah, 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin, 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta. PT. Raja GrafindoPersada
- Rakhmat, 2008. *Pusat bahasa Komunikasi*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, 2012. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Widjajanto, 2013. *Perencanaan Komunikasi : Konsep Dan Aplikasi*. Bandung: Ultimus
- <https://today.line.me/id>