

## **Pengaruh Terpaan Informasi Line Today Terhadap Kepuasan Informasi pada Mahasiswa Komunikasi Universitas Islam Riau**

Satrio Mangku Negara<sup>1</sup> & Muhd Ar. Imam Riau<sup>2</sup>

Universitas Islam Riau<sup>1&2</sup>

Email Korespondensi: imamriaualan@comm.uir.ac.id

Diterima: 12-03-2022    Disetujui: 12-03-2022    Diterbitkan: 12-06-2022

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh terpaan Line Today terhadap kepuasan pemenuhan kebutuhan informasi pada mahasiswa fakultas ilmu komunikasi Universitas Islam Riau. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini kuantitatif dengan metode regresi linier sederhana. Populasi diambil dari mahasiswa fakultas ilmu komunikasi angkatan 2017,2016,2015 di Universitas Islam Riau yang totalnya ada 763 mahasiswa saat penelitian ini dilakukan, dan dengan sampel 88 responden. Variabel bebas adalah terpaan fitur Line Today yang terdiri dari tiga sub variabel yaitu frekuensi, durasi, perhatian. Variabel terikat adalah kepuasan pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa fakultas ilmu komunikasi di universitas islam riau. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa fakultas ilmu komunikasi di universitas islam riau. Dengan menggunakan metode regresi linier sederhana, hasil perhitungan terhadap kepuasan pemenuhan kebutuhan informasi setelah mendapat terpaan informasi, jawaban responden tentang Terpaan Line Today dengan rata-rata jawaban responden sebesar 53% mengatakan setuju. Dari hasil Uji t diperoleh nilai t hitung untuk variabel Terpaan Line Today sebesar 8.204 lebih besar dari ttabel sebesar 1,987, dan PValue sebesar  $0,000 < 0,05$  maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Terpaan Line Today berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.

**Kata Kunci:** Terpaan Informasi, Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Stimulus.

### **Abstract**

*The aim of this study is how much the influence of Line Today's exposure to the satisfaction of fulfilling the information needs of the students of the communication science faculty of Riau Islamic University. The data analysis technique used in this study is quantitative with a simple linear regression method. The population was taken from the 2017 faculty of communication science students, 2016-2015 at Riau Islamic University, with a total of 763*

*students at the time of this study, and with a sample of 88 respondents. The independent variable is the exposure of the Line Today feature which consists of three sub-variables, namely frequency, duration, attention. The dependent variable is the satisfaction of fulfilling the information needs of communication science faculty students at Riau Islamic University. Data collection is done by distributing questionnaires to students of communication science faculties in Riau Islamic University. By using a simple linear regression method, the results of calculations on the satisfaction of fulfilling information needs after getting exposure to information, the respondent's answer about Line Today exposure with the average respondent's answer of 53% said agree. From the results of the t test, the value of t calculated for Line Today Expected variable is 8,204 greater than the table of 1,987, and PV value is 0,000 <0,05, the results of this study indicate that Line Today exposure has a significant effect on Satisfaction of Information Needs at Faculty of Science Students Communication*

**Keywords:** *Exposure to Information, Satisfaction In Fulfilling Information Needs, Stimulus.*

## **PENDAHULUAN**

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yakni proses komunikasi secara primer dan sekunder. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain menggunakan lambang sebagai media. Sedangkan proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Media kedua yang dimaksud dalam proses komunikasi secara sekunder seperti surat, telepon, teks, surat kabar, radio, televisi, internet dan lain-lain. Media tersebut digunakan karena letak komunikator dan komunikan berada di tempat yang relative jauh dan jaraknya agar proses komunikasi berjalan dengan lancar (Onong, 2000).

Perkembangan media *online* sejalur dengan makin merambahnya internet di setiap pelosok di Indonesia, serta merebaknya handphone yang bias dengan mudah mengakses internet. Kemunculan teknologi internet secara otomatis turut pula mempengaruhi perkembangan penggunaan media sosial di masyarakat. Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog intraktif. Melalui media sosial, setiap orang bisa membantu, menyunting sekaligus mempublikasikan sendiri konten berita, promosi, artikel, foto, dan video (Nurdin, 2012;53).

Lee Haejin merupakan pendiri instant messaging Line, Line merupakan sebuah aplikasi pengiriman pesan cepat, di dalamnya terdapat berbagai banyak fitur seperti seperti layanan freecall, game, emoticon, Line Today, serta

sticker yang membuat Line ini unik dari aplikasi pesan lainnya. Aplikasi Line kini sedang populer disemua kalangan, mulai dari anak kecil hingga orang dewasa. Yang membuat Line berbeda dari aplikasi media chatting lainnya seperti BBM, whatsapp, facebook massanger, We chat adalah monetisasi dari sejumlah fitur di dalam aplikasi, seperti sticker, tema, official account serta keep. Stiker dan tema terdapat dalam konten gratis dan bayar, official account merupakan akun-akun pilihan seperti public figure, food and drink, super market yang sudah bekerja sama dengan Line. Adapun fitur lainnya seperti people nearby dimana kita bisa mencari pengguna Line di sekitar kita. Fitur Line shopping yang berisikan tentang fitur, shopping dimana pengguna bisa berbelanja baju, makeup, voucher, makanan, gadget dan lain-lain serta pembayar voucher dan kupon. Fitur Line Job dimana pengguna Line dapat mencari pekerjaan secara online di seluruh Indonesia. Fitur Line Webtoon yang menyediakan cerita-cerita komik series yang ditulis oleh komikus online.

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. Line Today menghadirkan konten-konten berita dari sumber terpercaya sehingga pengguna Line tetap bisa mengetahui informasi terbaru dengan berbagai macam hal (Dior Trianda, 2017).

Line Today juga meyarang topik-topik yang sedang viral. Kelebihan Line Today terletak pada kemudahan bagi penggunaannya untuk mencari tahu informasi terkini hanya melalui satu aplikasi yang sama dengan aplikasi pesan instan karena pengguna tidak perlu membuka website media massa tertentu untuk mencari berita terbaru. Dan melalui Line Today itu pula pengguna sudah bisa menikmati beragam pilihan berita mulai dari news, showbiz, life, sci-tech, sport dan intermezzo. 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 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. Dan kemudahan juga diberikan oleh aplikasi line dengan broadcast message setiap harinya dua kali sehari pada waktu pagi dan malam (Dior Trianda, 2017).

Fenomena seperti ini menarik dikaji lebih dalam dikarenakan dizaman sekarang ini banyak masyarakat yang haus akan informasi namun terkadang malas untuk membuka portal berita atau sekedar membaca surat kabar dan

menjadikan media sosial sebagai sumber informasi yang belum jelas sumbernya. Dan dengan adanya banyak pengguna smart phone yang memanfaatkan fitur tersebut sebagai sumber informasi yang gampang dan mudah mereka akses. Pengguna lebih terbantu dengan adanya fitur Line Today pada aplikasi Line sebagai wadah mendapatkan informasi berita terkini.

Sebagai salah satu pengguna aktif aplikasi Line dan fitur Line Today penulis mencoba mengamati pengguna aplikasi Line dalam memanfaatkan fitur Line Today terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di Universitas Islam Riau Fakultas Ilmu Komunikasi. Sebab melihat fenomena penggunaan media sosial, banyak sekali alasan memilih mengapa mereka lebih tertarik menggunakan fitur Line Today sebagai sumber media informasi. Dengan adanya kemajuan teknologi yang ada pengguna dapat menggunakan satu aplikasi sebagai sumber informasi dan komunikasi. Informasi juga di dapatkan dengan mudah dan dapat berbagi informasi kepada personal chat maupun group chat dengan sumber yang terpercaya sehingga pengguna Line bisa tetap up to date dengan berbagai macam hal (Wardani, 2016).

Berdasarkan hasil pra survey peneliti pada Fikom Universitas Islam Riau salah satu mahasiswa yang bernama Roni dengan konsentrasi Media massa mengatakan bahwa dia selalu menggunakan Line Today untuk membaca informasi berita yang terupdate melalui broadcast yang di berikan oleh Line Today. Selain itu salah satu mahasiswa yang bernama Edi Prasetyo dengan konsentrasi HUMAS juga mengatakan bahwa dia aktif dalam menggunakan Line dan membaca berita terkini dengan Line Today. Selain itu peneliti juga melakukan pra survey dengan penyebaran angket sementara menggunakan aplikasi google form. Adapun sebanyak 63,6% mahasiswa fakultas ilmu komunikasi menggunakan fitur Line Today dan 54,5 mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau selalu membuka broadcast message yang dikirim oleh Line Today. Berdasar hasil pra survey yang peneliti lakukan di fakultas ilmu komunikasi Universitas Islam Riau, besarnya persentase penggunaan Line dan fitur Line Today menjadi dasar peneliti memilih fakultas ilmu komunikasi Universitas Islam Riau sebagai tempat penelitian. Peneliti ingin melihat seberapa besar pengaruh fitur Line Today terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

## **KERANGKA TEORI**

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).

Untuk memuaskan kebutuhan terdapat motif yang mempengaruhi menurut S. Finn (1992) yaitu proaktif dan pasif. Pada motif proaktif khalayak cenderung aktif menggunakan media berdasarkan atas kehendak, kebutuhan, dan motif yang dimilikinya. Sedangkan pada khalayak yang pasif khalayak tidak memulai menggunakan media berdasarkan motif-motif tertentu yang sangat mendesak. Menurut Katz, Blumler & Gurevitch dalam buku Psikologi Komunikasi menjelaskan mengenai asumsi dasar mengenai Teori Uses and Gratifications, yaitu: (a) Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebgaiian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan; (b) Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak; (c) Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan; (d) Banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang deberikan anggota khalayak. Artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu; (e) Penilaian tentang arti cultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

Dengan kata lain, pengguna media itu adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya Teori Uses and Gratifications mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memenuhi kebutuhannya. Teori ini lebih menekankan pada pendekatan manusiawi didalam melihat media. Artinya, manusia itu punya otonomi dan wewenang untuk memperlakukan media.

Tujuan dari pengguna yang membedakan Uses and Gratification dari teori teori komunikasi awal: pengguna di tandai sebagai aktif, cerdas dan termotivasi dalam menggunakan media mereka. Fokus dari teori ini adalah pada apa yang orang lakukan dengan media daripada pengaruh atau dampak dari media pada individu. Dengan pengguna yang aktif memilih dan menggunakan media dalam menanggapi kebutuhan khusus, dasar untuk memeriksa kepuasan yang diperoleh dari media. Misalnya, ketika seorang audiens memiliki kebutuhan untuk melarikan diri, ada media tertentu yang tersedia untuk memuaskan kebutuhan ini dengan cara yang memuaskan (Adnan & Samira, 2015).

Banyak penelitian terakhir dari Uses and Gratification telah difokuskan dan media tradisional lainnya. Dalam media baru, perbedaan antara konsumen dan produsen cenderung mengaburkan, yang telah menyebabkan pengenalan prosumer istilah untuk menggambarkan kemampuan pengguna untuk mengambil kendali atas produksi dan distribusi konten. Ini memberikan pengguna kontrol atas konten dan penggunaannya, sehingga penting untuk meneliti kepuasan media baru menyediakan kepada pengguna dibandingkan dengan media tradisional. Berfokus pada media sosial adalah penting karena kita perlu memahami apa yang membuat pengguna merasakan kepuasan media.

Konsep mengukur kepuasan ini disebut GS (Gratification Sought) dan GO (Gratification Obtained), dalam artiannya sebagai berikut:

Gratification Sought (kepuasaan yang dicari) adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan oleh khalayak ketika menggunakan atau menyaksikan suatu jenis media tertentu. Dengan kata lain, khalayak akan memilih media tertentu dipengaruhi oleh sebab sebab tertentu, yakni didasari oleh motif pemenuhan kebutuhan. Dengan kata lain Gratification Sought dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang dapat diberikan oleh media dan evaluasi seseorang mengenai isi media (Kriyantono, 2006:211)

Gratification Obtained (kepuasaan yang diperoleh) adalah sejumlah kepuasan nyata yang di peroleh individu atas terpenuhinya kebutuhan kebutuhan tertentu atau tanggapan setelah individu tersebut menggunakan atau menyaksikan sebuah media. Gratification Obtained ini mempertanyakan hal hal yang khusus mengenai apa saja yang telah diperoleh setelah menggunakan media Dengan menyebutkan acara atau rubric tertentu secara spesifik (Kriyantono, 2006:211).

Berdasarkan konsep yang dipaparkan diatas dapat terlihat khalayak menggunakan media memiliki berbagai dorongan dan sebab-sebab tertentu yang di kategorikan ke dalam beberapa kepuasan penggunaan media: (a) Kepuasan informasi; (b) Kepuasan identitas pribadi; (c) kepuasan integritas dan interaksi sosial; (d) kepuasan hiburan.

Dari beberapa dorongan dan sebab-sebab yang di kategorikan, disini peneliti hanya ingin melihat seberapa besar kepuasan pemenuhan kebutuhan informasi dari terpaan fitur Line Today. Dan menurut McQuail (dalam Kriyantono, 2006) kepuasan informasi dapat dikategorikan sebagai berikut: (a) Dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat terdekat; (b) Dapat mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia; (c) Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah; (d) Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai pendapat; (e). Dapat memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

Jadi model uses and Gratification ini berguna untuk meneliti bagaimana audience mendapatkan kepuasan dalam menggunakan media. Dalam

penelitian ini, model Uses and Gratification bisa digunakan untuk meneliti bagaimana pengaruh terpaan fitur Line Today terhadap kepuasan pemenuhan kebutuhan informasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini 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)

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).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa semester genap di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau dengan populasi mahasiswa sebanyak 763 Mahasiswa atau Mahasiswi. Dengan menggunakan persentase kelonggaran ketidaktelitian sebesar 10%, dikarenakan penelitian ini adalah penelitian sosial di mana toleransi kesalahan yang boleh digunakan yaitu 5% sampai dengan 10%, sehingga nantinya didapat tingkat kepercayaan sebesar 90%. Besaran sampel yang diambil dari populasi yang berjumlah 763 orang dalam penelitian ini ditentukan dengan rumusan Slovin di dapatkan jumlah sampel sebesar 88 sampel.

Untuk menguji validitas instrumen penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Korelasi Product momen. Sedangkan Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Alpha Cronbach. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kuantitatif yaitu analisis deskriptif untuk melihat presentasi penggunaan dan kepuasan informasi line today. Selain itu juga dilakukan analisis korelasi dan koefisien determinasi untuk melihat pengaruh antar variabel penelitian yang diteliti.

## PEMBAHASAN

Ardianto (2004) mengungkapkan bahwa untuk mengukur terpaan media dapat dilihat dari tiga faktor yaitu frekuensi, durasi dan perhatian, terpaan media dapat diukur dari pola konsumsi informasi yang diperoleh dari media melalui kegiatan mendengarkan, melihat dan membaca pesan pada media informasi berdasarkan faktor-faktor itu tadi, yaitu frekuensi, durasi dan perhatian dalam memperoleh informasi. Sehingga melalui tiga faktor tadi dapat diukur seberapa besar pengaruh terpaan informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi, dari jawaban responden tentang Terpaan Line Today dengan rata-rata jawaban positif responden sebesar 69.11% mengatakan setuju dan sangat setuju. Nilai tersebut berada dalam kelas interval 62.5% - 81.25% berada dalam kategori baik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terpaan informasi Line Today dinilai baik. Yang artinya bahwa responden menerima banyaknya informasi yang diperoleh dari fitur Line Today.

Sedangkan pada indikator durasi mendapatkan nilai persentase cukup baik yaitu 58.35%, yang artinya bahwa kurangnya minat membaca dan para pembaca Line Today hanya ingin membaca berdasarkan kebutuhannya saja. Dari analisis deskriptif variabel  $x$  juga masuk dalam kategori baik dengan jumlah persentase sebesar 71.60% berada diantara rentang 62,5% - 81,25%.

Berdasarkan jawaban responden tentang Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi dengan rata-rata jawaban positif responden 74.99% mengatakan setuju dan sangat setuju. Nilai tersebut berada dalam kelas interval 62,5% - 81,25% dan berada dalam kategori baik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa informasi yang diberikan oleh Line Today sudah baik dalam memberikan kepuasan pemenuhan kebutuhan informasi kepada para pembaca. Namun pada pernyataan setelah saya membaca Line Today saya mendapat solusi 46,6% mengatakan tidak setuju yang artinya bahwa informasi yang diberikan belum cukup baik dalam memberikan solusi dan bimbingan menyangkut berbagai masalah. Namun dari analisis deskriptif variabel  $Y$  masuk dalam kategori baik dengan jumlah persentase sebesar 72.21% berada diantara rentang 62,5% - 81,25%.

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan diatas, maka selanjutnya adalah mengaitkan hasil penelitian dengan teori – teori yang ada. Pada penelitian ini, terpaan informasi Line Today memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap kepuasan pemenuhan kebutuhan informasi. Hal ini telah diperkuat dengan hasil penelitian yang menunjukkan nilai signifikan sebesar 0.000 karena taraf sig di uji dengan dua sisi, maka nilai tersebut dibandingkan dengan nilai 0.05. Terlihat bahwa nilai signifikan  $0.000 < 0,05$  yang artinya ada pengaruh.

Pada penelitian dior trianda dengan teori yang diungkapkan Katz, Blumler & Gurevitch dalam buku Psikologi Komunikasi yang menjelaskan



Teori Uses and Gratifications, penggunaan media terdiri dari jumlah isi (intensitas), macam isi (isi pesan) dan hubungan dengan isi (hubungan dengan isi media) dapat menimbulkan efek kepuasan dan pengetahuan (pemenuhan kebutuhan informasi) dan juga disebabkan oleh motif penggunaan media (kognitif, diversifikasi dan identitas sosial). Sehingga, penelitian mengenai terpaan informasi Line Today dapat berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa universitas swasta Kota Bandung. Sedangkan pada penelitian ini juga menggunakan teori yang diungkapkan Katz, Blumler & Gurevitch yang menjelaskan tentang Teori Gratification Sought dan Gratification Obtained namun peneliti hanya mengambil Gratification Obtained yaitu kepuasan yang diperoleh individu setelah individu tersebut menggunakan sebuah media. Sehingga, penelitian mengenai terpaan informasi Line Today dapat berpengaruh terhadap kepuasan pemenuhan kebutuhan informasi. Perbedaan penelitian ini juga terletak pada variabel, pada penelitian Dior Trianda menggunakan 3 variabel sedangkan pada penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel.

Dari hasil Uji t diperoleh nilai thitung untuk variabel Terpaan Line Today sebesar 8.204 (lebih besar dari ttabel sebesar 1,987), dan PValue sebesar  $0,000 < 0,05$ ,) maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Terpaan Line Today berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.

Berdasarkan perhitungan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,663, artinya ada hubungan yang kuat antara variabel Terpaan Line Today terhadap Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Kemudian nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,439. Artinya bahwa variabel Terpaan Line Today memberikan pengaruh sebesar 43,9% terhadap Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, sisanya sebesar 52,1% dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti. Pada pedoman interpretasi koefisien determinasi nilai koefisien determinasi sebesar 43,9% masuk dalam kategori pengaruh rendah tapi pasti dan berada diantara rentang 36% - 52%. Yang artinya bahwa terpaan Line Today memberikan pengaruh yang rendah namun pasti terhadap kepuasan pemenuhan kebutuhan informasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.

## KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian ini diperoleh kesimpulan hasil Uji t diperoleh nilai thitung untuk variabel Terpaan Line Today sebesar 8.204 (lebih besar dari ttabel sebesar 1,987), dan PValue sebesar  $0,000 < 0,05$ ,) maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Terpaan Line Today berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada

Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Nilai  $b = 0,668$  menunjukkan bahwa apabila nilai Terpaan Line Today naik 1 satuan maka variabel Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi akan mengalami peningkatan sebesar 0,668 satuan.

Berdasarkan perhitungan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh angka sebesar sebesar 0,439. Artinya bahwa variabel Terpaan Line Today memberikan pengaruh sebesar 43.9% terhadap Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, sisanya sebesar 52.1% dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2007. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Simbosa Rekatama Media: Bandung.
- Bungin, Burhan. 2006. Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi.
- Caniago, A., & Hero, E. (2022). Fenomena Mengunggah Film Pendek di Media Sosial pada Mahasiswa Komunikasi Universitas Islam Riau. *Journal of Social Media and Message*, 1(1), 24–35. Retrieved from <https://journal.rc-communication.com/index.php/JSMM/article/view/49>
- Daryanto. (2011). Ilmu Komunikasi Jilid 1. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera: Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi. Citra Aditya Bakti : Bandung
- Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jahi, Amri. (1993). Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara- Negara Dunia Ketiga. Gramedia Pustaka Utama Jakarta
- Komunikasi di Masyarakat. Kencana Prenada Media Group : Jakarta
- Cangara, Hafied. 2007. Pengantar Ilmu Komunikasi. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Maysaroh, M., Fitri, A., & Qurniawati, E. F. (2022). Pengaruh Iklan di Facebook Terhadap Minat Beli Siswa di Kabupaten Rokan Hulu. *Journal of Social Media and Message*, 1(1), 1–11. Retrieved from <https://journal.rc-communication.com/index.php/JSMM/article/view/2>
- Maulina, D., & Aslinda, C. (2022). Komunikasi Interpersonal Orang Tua Pengguna Facebook dalam Memotivasi Prestasi Anak di Desa Sedinginan. *Journal of Social Media and Message*, 1(1), 47–60.

Retrieved from <https://journal.rc-communication.com/index.php/JSMM/article/view/5>

McQuail, Denis. (2011). Teori Komunikasi Massa :Suatu Pengantar. Penerbit Erlangga: Jakarta

Nurudin, 2003. Komunikasi Massa, Yogyakarta:Pustaka Pelajar

Purba, Amir, dkk. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi.Pustaka Bangsa Perss Morissan. 2015. Teori Komunikasi Individu Hingga Massa. Prenada Media Group Erlangga.