PENGARUH NILAI BERITA PADA KONTEN-KONTEN BERITA DI *LINE TODAY* TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI DI KALANGAN REMAJA

SKRIPSI

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

RESTI FAUZIAH KURNIAWAN

NIM : 6662121916

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA

2019

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya sebagai penulis Tugas Akhir/Skripsi/Tesis berikut:

Judul	: Pengaruh Nilai Berita Pada Konten-Konten Berita di Line Today Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Kalangan Remaja.
Nama Mahasiswa	: Resti Fauziah Kurniawan
NIM	: 6662121916
Fakultas	: Ilmu sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir/Skripsi/Tesis tersebut di atas adalah benar-benar hasil karya asli saya dan tidak memuat hasil karya orang lain, kecuali dinyatakan melalui rujukan yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan. Apabila dikemudian hari ditemukan hal-hal yang menunjukkan bahwa sebagian atau seluruh karya ini bukan karya saya, maka saya bersedia dituntut melalui hukum yang berlaku. Saya juga bersedia menanggung segala akibat hukum yang timbul dari pernyataan yang secara sadar dan sengaja saya nyatakan melalui lembar ini.

Serang, 25 Januari 2019

Resti Fauziah Kurniawan

LEMBAR PENGESAHAN

Dengan ini ditetapkan bahwa Skripsi berikut:

Judul	: "Pengaruh Nilai Berita Pada Konten-Konten Berita di *Line Today* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Kalangan Remaja
Nama Mahasiswa	: Resti Fauziah Kurniawan
NIM	: 6662121916
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah diujindan dipertahankan pada tanggal 22 Januari 2019 melalui Sidang Skripsi di Serang dan dinyatakan LULUS

Tanggal: Januari 2019
Pembimbing I

Muhammad Jaiz, S.Sos., M.Pd
NIP. 197106292003121001

Tanggal: Januari 2019
Pembimbing II

Dr. Ing. Rangga G. Gumelar, M.Si
NIP. 198102212008121002

Tanggal: Januari 2019
Penguji I/Utama

Dr. Yoki Yusanto, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 197905032006041016

Tanggal: Januari 2019
Penguji II/Pendamping

Darwis Sagita, S.I.Kom ., M.I.Kom
NIP. 198305162008121002

Tanggal: Januari 2019
Dekan FISIP

Dr. Agus Sjafari, S.Sos, M.Si
NIP. 197108242005011002

Tanggal: Januari 2019
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dr. Rahmi Winangsih, M.Si
NIP. 196810192005012001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

"MENJADI PENTING ITU BAIK. MENJADI BAIK ITU LEBIH PENTING"

PERSEMBAHAN

Untuk Kedua Orang tua, dan Keluarga Besarku

Atas segala dukungan yang diberikan selama ini.

Semoga skripsi ini menjadi tanda terima kasih

Dari Penulis untuk kalian semua

ABSTRAK

Resti Fauziah Kurniawan. NIM. 6662121916. 2019. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Skripsi. pengaruh nilai berita pada konten-konten beriita di Line Today Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Kalangan Remaja. Pembimbing I: Muhammad Jaiz, S.Sos., M.Pd_dan Pembimbing II: Dr. Ing. Rangga Galura Gumelar, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai berita pada konten-konten beriita di *Line Today* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan remaja. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Desain yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari desain deskriptif dan kausal. Populasi penelitian adalah remaja siswa-siswi SMA Negeri 2 Kota Serang kelas XI. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan jumlah sebanyak 87 responden. Analisis data menggunakan analisis regresi linear dengan menggunakan program SPSS Versi 20. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui nilai *R Square* sebesar 0.077. Hal ini menunjukkan variasi pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi dapat dijelaskan sebesar 7,7% oleh variabel nilai berita *Line Today* sedangkan sisanya sebesar 92,3% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Hasil uji t, diketahui $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ (2,862 $\geq$ 1,662), maka H_0 ditolak dan Ha diterima. Artinya terdapat pengaruh nilai berita pada konten-konten beriita di *Line Today* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

Kata Kunci : Nilai Berita *Line Today*, Pemenuhan Kebutuhan Informasi.

ABSTRACT

Resti Fauziah Kurniawan. NIM. 6662121916. 2019. Communication Studies Program University of Sultan Ageng Tirtayasa. Essay. The influence of news value on content given in Line Today towards meeting information needs among teenagers.. Adviser I: **Muhammad Jaiz, S.Sos., M.Pd** ***and Adviser II:*** **Dr. Ing. Rangga Galura Gumelar, M.Si**

This study aimed to determine the influence of news value on content given in Line Today towards meeting information needs among teenagers. The research method used is a quantitative method. The design used in this study consisted of descriptive and causal designs. The study population was adolescent students of SMA Negeri 2 Kota Serang Class XI. The sampling technique used simple random sampling with a total of 87 respondent. Data analysis using linear regression analysis using the SPSS Version 20. Program. Based on the results of the study, it is known that the R Square value is 0.077. This shows that variations in the variable fulfillment of information needs can be explained by 7.7% by the Line Today news value variable while the remaining 92.3% is explained by other variables not included in this research model. The results of the t test are known to be t count> t table (2,862> 1,662), then H0 is rejected and Ha is accepted. This means that there is an the influence of news value on content given in Line Today towards meeting information needs among teenagers.

Keywords : News Today's Value, Fulfilling Information Needs.

PRAKATA

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan rasa syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul "Pengaruh Nilai Berita *Line Today* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Kalangan Remaja".

Maksud penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Dalam proses penyusunannya, penulis sangat bersyukur karena telah memperoleh bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. H. Soleh Hidayat, M.Pd selaku Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
2. Dr. Agus Sjafari, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Dr. Rahmi Winangsih, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Muhammad Jaiz, S.Sos., M.Pd selaku Pembimbing I yang telah memberikan petunjuk dan saran selama proses penyusunan skripsi.
5. Dr. Ing. Rangga Galura Gumelar, M.Si selaku Pembimbing II yang telah memberikan petunjuk dan saran selama penyusunan skripsi.

6. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
7. Seluruh Staff Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
8. Orang tua Penulis, Bapak Djumhadi dan Ibu Rainah yang selalu memberikan do'a, kasih sayang dan segala hal lainnya demi keberhasilan anak-anaknya. Semoga penulis dapat menjadi anak yang berbakti kepada kedua orangtua
9. Kakak-kakakku, Harrie Rustandy Kurniawan, Ricca Oktavia Kurniawan dan Yan Agustya Kurniawan yang selalu memberikan motivasi kepada penulis untuk pantang menyerah dalam mengerjakan sesuatu.
10. Teman-teman seperjuangan, Izzatunihlah, Fazriah Agista, Tami, Fachrian, Fika, Zahra, Lega, Jaka, Metta Miftahul, Sari Rukmini dan lainnya , atas dukungan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.

Penulis berharap kritik dan saran dari semua pihak untuk dapat menyempurnakan penyusunan skripsi ini. Terima kasih.

Serang, 2 Januari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

Lembar Orisinalitas
Motto dan Persembahan
Abstrak
Abstract
Prakata i
Daftar Isi iii
Daftar Tabel viii
Daftar Gambar ix
Daftar Lampiran x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 9
1.3 Identifikasi Masalah 10
1.4 Tujuan Penelitian 10
1.5 Manfaat Penelitian 10
1.5.1 Manfaat Teoritis 10
1.5.2 Manfaat Praktis 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa 12
2.2 Media *Online* Internet 14
2.3 Pemberitaan dan Berita 18
2.3.1 Pengertian Pemberitaan 18
2.3.2 Pengertian Berita 18
2.3.3 Jenis-jenis Berita 19
2.3.4 Nilai Berita 20
2.4 Kebutuhan Informasi 23
2.5 Teori *Uses and Gratification* 25
2.6 Kerangka Teori 30
2.7 Operasional Variabel 33
2.8 Hipotesa Penelitian 34

2.9 Penelitian Terdahulu 35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian 37
3.2 Fokus Penelitian 38
3.3 Lokasi Penelitian 38
3.4 Variabel Penelitian 39
3.4.1 Definisi Konsep 39
3.4.2 Definisi Operasional 39
3.5 Instrumen Penelitian 41
3.6 Populasi dan Sampel 41
3.7 Teknik Analisis Data 43
3.7.1 Uji Instrumen Penelitian 43
3.7.2 Uji Normalitas 44
3.7.3 Analisis Regresi Sederhana 45
3.7.4 Uji Koefisien Determinasi 46
3.7.5 Uji Hipotesis 46
3.8 Jadwal Penelitian 47

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data 48
4.1.1 Karakteristk Responden 48
4.1.2 Uji Instrumen Penelitian 50
4.1.2.1 Uji Validitas 50
4.1.2.1 Uji Realibilitas 55
4.1.2.1 Uji Normalitas 57
4.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Nilai Berita Pada Konten-Konten Berita di *Line Today* 59
4.1.4 Tanggapan Responden Mengenai Pemenuhan Kebutuhan Informasi 73
4.2 Analisis Data 90
4.2.1 Analisis Regresi Linear Sederhana 90

4.2.2 Uji Koefisien Determinasi 92
4.2.3 Uji Hipotesis 93
4.3 Pembahasan..... 95

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan 99
5.2 Saran-saran..... 100

DAFTAR PUSTAKA 102
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel

Halaman

2.1 Operasionalisasi Variabel 33

2.2 Penelitian Terdahulu..…… 35

3.1 Skala Likert 41

3.2 Jadwal Penelitian 47

4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 48

4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Aplikasi *Line* 49

4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Penggunaan Aplikasi *Line* 49

4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengakses *Line Today* 50

4.5 Uji Validitas Nilai Berita Pada Konten-Konten Berita di *Line Today* Tahap I (Variabel X) 51

4.6 Uji Validitas Nilai Berita Pada Konten-Konten Berita di *Line Today* Tahap II (Variabel X) 52

4.7 Uji Validitas Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tahap I (Variabel Y) 53

4.8 Uji Validitas Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tahap II (Variabel Y)..... 54

4.9 Uji Realibilitas Nilai Berita *Line Today* (Variabel X) 56

4.10 Uji Reliabilitas Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Variabel Y)..... 56

4.11 Uji Normalitas 57

4.12 Tanggapan Responden Mengenai Berita *Line Today* Memuat Peristiwa

Yang Baru Terjadi 60

4.13 Tanggapan Responden Mengenai *Line Today* Memuat Hal Peristiwa Yang Terjadi di Sekitar 61

4.14 Tanggapan Responden Mengenai Berita *Line Today* Memuat Tempat Yang Populer 62

4.15 Tanggapan Responden Mengenai Berita *Line Today* Menggunakan Istilah Yang Menarik 63

4.16 Tanggapan Responden Mengenai Berita *Line Today* Menggunakan Penjelasan Yang Ringkas Atau Mudah Di Mengerti 64

4.17 Tanggapan Responden Mengenai Berita *Line Today* Menarik Diakses 64

4.18 Tanggapan Responden Mengenai Berita *Line Today* Menimbulkan Dampak Bagi Kehidupan Sosial Anda 65

4.19 Tanggapan Responden Mengenai Berita *Line Today* Memuat Peristiwa Konflik 66

4.20 Tanggapan Responden Mengenai Berita *Line Today* Memuat Peristiwa Yang Tidak Biasa Terjadi Di Masyarakat 67

4.21 Tanggapan Responden Mengenai Berita *Line Today* Memuatkan Hubungan Para Selebritas 68

4.22 Tanggapan Responden Mengenai Berita *Line Today* Memuat Peristiwa Yang Belum Terungkap Akhir Kasusnya 69

4.23 Tanggapan Responden Mengenai Berita *Line Today* Memuat Kelanjutan Peristiwa Atau Kejadian Sebelumnya Yang Belum Selesai 70

4.24 Akumulasi Tanggapan Responden Mengenai Nilai Berita *Line Today*..... 71

4.25 Tanggapan Responden Mengenai Melalui *Line Today* Dapat Mengetahui Berbagai Peristiwa Yang Terjadi di Lingkungan Masyarakat 73

4.26 Tanggapan Responden Mengenai Melalui *Line Today* Dapat Memahami Pemberitaan Yang Sedang Terjadi 74

4.27 Tanggapan Responden Mengenai Melalui *Line Today* Dapat Menambah Informasi 76

4.28 Tanggapan Responden Mengenai Ketertarikan Karena Keberagaman Informasi Dari Berita Yang Dimuat di *Line Today*..... 77

4.29 Tanggapan Responden Mengenai Merasa Puas Akan Keberagaman Informasi Berita Yang Dimuat di *Line Today*..... 78

4.30 Tanggapan Responden Mengenai Merasa Puas Akan Kelengkapan Informasi Berita Yang Dimuat di *Line Today*..... 80

4.31 Tanggapan Responden Mengenai Dapat Menjalankan Peran Setelah Membaca Informasi di *Line Today* 81

4.32 Tanggapan Responden Mengenai Melalui Line Today Dapat Bertukar Pendapat Dengan Orang Lain di Kolom Komentar 82

4.33 Tanggapan Responden Mengenai Melalui *Line Today* Dapat Meningkatkan Eksistensi Diri di Lingkungan Sosial 84

4.34 Tanggapan Responden Mengenai Membaca *Line Today* Dapat Menghilangkan Kejenuhan..... 85

4.35 Tanggapan Responden Mengenai Membaca *Line Today* Dapat Mengisi Waktu Luang Dengan Lebih Bermanfaat 86

4.36 Tanggapan Responden Mengenai Membaca *Line Today* Bisa Mendapatkan Hiburan 87

4.37 Akumulasi Tanggapan Responden Mengenai Pemenuhan Kebutuhan Informasi 88

4.38 Regresi Linear Sederhana 91

4.39 Koefisien Determinasi 92

DAFTAR GAMBAR

Gambar

Halaman

1.1 Penggunaan Internet di Indonesia 2

2.1 Kerangka Teori 32

4.1 Kurva Histogram 58

4.2 Kurva Normal P-P Plot 58

4.3 Penilaian Nilai Berita *Line Today* Secara Kontinum 72

4.4 Penilaian Pemenuhan Kebutuhan Informasi Secara Kontinum 90

4.5 Daerah Penerimaan Hipotesis Penelitian 94

DAFTAR LAMPIRAN

Gambar Halaman

Lampiran 1 Kuesioner 103

Lampiran 2 Data dan Jawaban Responden 105

Lampiran 3 Dokumentasi 116

Lampiran 4 Tampilan Line Today 117

Lampiran 5 Tabel Statistik 120

Lampiran 6 Riwayat Hidup 123

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

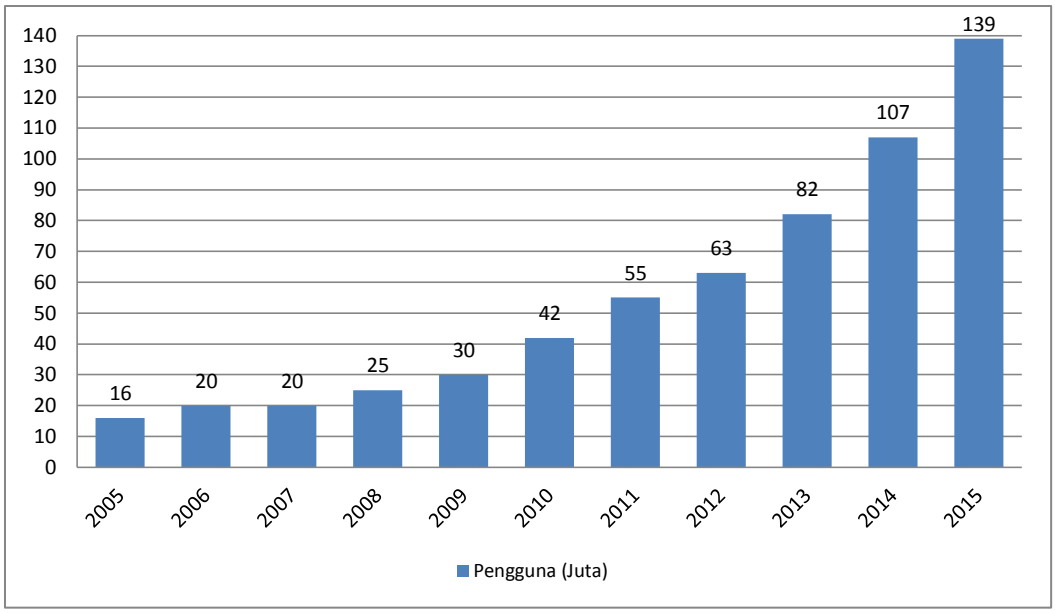
Perkembangan dan penerapan teknologi dewasa ini hampir terjadi di setiap lini dan bidang kehidupan, termasuk diantaranya teknologi informasi berbasis internet. Internet semakin berkembang dengan cepat dan memiliki daya tarik yang kuat dengan varian-varian programnya yang menjadikan bumi ini seperti berada dalam cengkraman teknologi. Internet telah berkembang menjadi sebuah teknologi yang tidak saja mampu mentransmisikan berbagai informasi, namun juga telah mampu menciptakan dunia baru dan realitas kehidupan manusia, yaitu sebuah realitas yang materialistis yang tercipta dalam kehidupan maya.

Tingginya kebutuhan manusia atas sebuah informasi cukup tinggi dan menuntut informasi tersebut dapat terbarukan setiap saatnya, dimana keinginan tersebut dapat terpenuhi dengan hadirnya internet. Keunggulan internet adalah penggunanya dapat mengakses informasi dan kebutuhannya atas sesuatu hal di manapun dan kapan pun melalui perangkat teknologi seperti komputer, laptop dan *smartphone*. Hal ini membuat pengguna dapat membaca, mendengarkan dan mencetak seakan-akan sedang berada dalam perpustakaan.

Pengguna internet dapat mencari dan memilih informasi yang relevan sesuai kebutuhannya sehingga komunikan tidak lagi menerima apa yang diberitakan saja. Sebagai bagian dari bentuk media massa, aplikasi *online* juga menggunakan

kaidah-kaidah jurnalistik dalam sistem kerja mereka. Pada saat ini, aplikasi *online* menjadi alternatif untuk memenuhi kebutuhan informasi publik atas sesuatu hal.

Peranan penting internet dalam pemenuhan kebutuhan informasi baik secara individu maupun kelompok dapat dilihat dari angka pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia. Data pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia[1] periode 2005 – 2015 yang disajikan pada gambar berikut :



Gambar 1.1 Penggunaan Internet di Indonesia (Sumber : APJII, 2015)

Berdasarkan data diatas, diketahui tren penggunaan internet di Indonesia mengalami tren peningkatan selama kurun waktu 11 tahun terakhir. Tercatat peningkatan penggunaan internet relatif signifikan pada setiap tahunnya, dimana pada tahun 2015 menjadi tahun tertinggi penggunaan internet oleh publik sebanyak 139 juta pengguna dibandingkan tahun sebelumnya sebanyak 107 juta pengguna. Hal ini dapat disebabkan mengingat produk-produk teknologi

[1] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2015. *Penggunaan Internet di Indonesia*. Jakarta. APJII. Hal. 2

komputer jinjing (laptop), *smartphone* dan ipad telah didukung dengan sistem operasi untuk dapat mengakses internet dan sangat digemari oleh konsumen di Indonesia dalam pemenuhan kebutuhannya atas sesuatu.

Pemanfaatan internet dalam memenuhi kebutuhan publik pun kini semakin luas. Internet juga menjadikan sebuah media baru atau *new media*. *New media* ini adalah media sosial. Media sosial merupakan sebuah media *online* dimana para penggunanya bisa beradaptasi, berbagi, dan menciptakan isi percakapan maupun informasi.Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlin mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun atas dasar ideologi dan teknologi yang memumngkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*[2]. Media *online* yang menggunakan perangkat teknologi berbasis internet didalam proses penyampaian informasi dan menarik minat komunikan agar mau menggunakan media tersebut[3].

Media sosial mempunyai ciri-ciri diantaranya adalah pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang, pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *gatekeeper*, pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding dengan media lainnya, dan penerimaan pesan yang menentukan waktu interaksi. Di Indonesia sendiri, hampir semua masyarakat Indonesia menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dan bertukar informasi, terutama dikalangan remaja.

---

[2] Onong Uchjana Effendy. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung. Citra Aditya Bakti. Hal. 179
[3] *Ibid*, Hal. 180

Pesatnya perkembangan internet membuat media sosial menjadi media tercepat untuk menyebarkan informasi, tak jarang media sosial dijadikan andalan untuk mencari berita yang sedang naik atau *hotnews*, sesuai dengan cirinya yaitu pesan disampaikan bebas tanpa harus melalui *gatekeeper* menjadi ruang informasi yang lebih lengkap untuk khalayak. Sebagai media massa yang memiliki karakteristik audien heterogen, media sosial menjadi media penyebar informasi tercepat saat ini. Berbagai informasi yang disebarkan melalui media sosial memberikan dampak pada kehidupan manusia. Media sosial yang berkembang di Indonesia seperti *facebook, twitter, path, whatsapp, instagram, Blackberry Messager, snapchat, kakao talk, dan Line.*

Aplikasi *Line* merupakan aplikasi media sosial berbasis internet. Aplikasi ini digunakan untuk berkomunikasi dengan sesama pengguna aplikasi *Line*. Tahun 2016 aplikasi *Line* memunculkan *Line Today* pada rubrik *News* yang ada dalam aplikasi tersebut, dimana aplikasi *Line* sebelumnya berperan sebagai alat komunikasi telah bertambah fungsinya menjadi aplikasi media sosial yang juga menjadi alat penyebaran berita-berita *online* untuk memenuhi kebutuhan penggunanya atas sebuah informasi.

Line Today berisikan berita-berita nasional maupun internasional yang diambil dari berbagai situs berita *online*. Berita-berita yang ditampilkan dalam *Line Today* meliputi berita *hot news*, artikel, hiburan, *fashion*, bisini, teknologi, dan juga gaya hidup. Beralih fungsinya media sosial menjadi media penyebar berita pasti memiliki dampak bagi masyarakat. Masyarakat akan menjadi lebih mudah mendapatkan berita dengan hanya satu aplikasi. Mereka tidak perlu repot

membuka satu-satu situs berita online dari berbagai perusahaan penyedia berita untuk memenuhi kebutuhan informasi berita mereka. Selain itu jika dahulu masyarakat memenuhi kebutuhan informasi berita dengan membaca koran atau majalah, saat ini masyarakat bisa lebih mudah memenuhi kebutuhan informasi berita mereka hanya dengan aplikasi *Line* yang mereka punya.

Hasil penelitian terbaru mencatat pengguna internet di Indonesia yang berasal dari kalangan anak-anak dan remaja diprediksi mencapai 30 juta. Data tersebut merupakan hasil penelitian dengan judul "Keamanan Penggunaan Media Digital pada Anak dan Remaja di Indonesia" yang dilakukan lembaga PBB untuk anak-anak, *UNICEF* bersama para mitra, termasuk Kementrian Komunikasi dan Informatika dan Universitas Harvard, AS. Studi ini menelusuri aktivitas *online* dari sanpel anak dan remaja yang melibatkan 400 responden berusia 10 sampai 19 tahun di seluruh Indonesia dan mewakili wilayah perkotaan dan pedesaan. Sebanyak 98 persen dari anak dan remaja mengaku tahu tentang internet dan 79,5 persen diantaranya adalah pengguna internet[4].

Pengguna media sosial tentunya mencari berbagai cara untuk berkomunikasi dan mencari informasi di dunia maya dengan mudah, hal ini didukung dengan maraknya gadget smartphone yang beredar di pasaran yang menyediakan layanan akses cepat untuk para penggunanya. Keberadaan smartphone yang telah menjadi gaya hidup saat ini, mendorong munculnya aplikasi-aplikasi gratis yang dapat diunduh melalui perangkat smartphone tersebut. Salah satunya adalah aplikasi instant messaging *Line*, aplikasi instant messaging *LINE* ini banyak menarik

[4]Http://tekno.kompas.com/read/2014/02/19/1623250/Hasil.Survei.Pemakaian.Internet.Remaja.Indonesia

perhatian pengguna smartphone sebagai aplikasi pesan cepat lintas *platform*. Aplikasi instant messaging *Line* merupakan aplikasi pesan yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat. Kemudahan dan berbagai fitur yang ditawarkan oleh aplikasi ini yang membuat banyaknya masyarakat menggunakan aplikasi *instant messaging Line*.

Pemberitaan selular.id, menyatakan bahwa Indonesia menjadi negara pengguna *Line* terbesar di Asia. Menurut data yang disampaikan *Line*, saat ini pengguna terdaftar aplikasi *Line* di Indonesia mencapai 60 juta akun. Takeshi Idezawa, *CEO Line Corporation* menuturkan, sepanjang tahun 2014 sampai 2016 pertumbuhan pengguna aktif bulanan di Indonesia lebih dari 200%. Secara spesifik, pengguna *Line* di Indonesia mencapai angka 1.018.634 akun[5]. Karena banyaknya pengguna *Line* di Indonesia, *Line* bisa dikatakan menjadi aplikasi yang paling sering dilihat dan juga digunakan pada setiap harinnya. Ini bisa menjadikan *Line Today* menjadi salah satu sumber pencarian informasi yang mereka gunakan. Terutama di kalangan remaja.

Objek penelitian ini adalah Remaja, yaitu suatu periode transisi dari masa awal anak-anak hingga dewasa yang berada dalam rentan usia 12-18 tahun. Remaja pada masa tersebut biasanya sedang pada tahap individu yang haus akan informasi. Tansisi kognitif pada remaja meliputi pemikiran formal lebih abstrak, idealis, dan logis daripada pemikirian operasional konkret yang menekankan bahwa remaja terdorong untuk memahami dunianya karena tindakan yang

[5] Http://selular.id/news/2016/03/indonesia-menjadi-negara-pengguna-terbesar-di-asia/

dilakukannya[6]. Secara lebih nyata mereka mengaitkan suatu gagasan dengan gagasan lain. Meereka bukan hanya mengorganisasikan pengamatan dan pengalaman akan tetapi juga menyesuaikan cara berfikir mereka untuk nmenyertakan gagasan baru karena informasi tambahan membuat pemahaman lebih mendalam[7]. Berdasarkan penjelasan tersebut remaja dianggap sangat cocok bagi peneliti untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini, karena bagi remaja yang masih haus akanberita, hadirnya *Line Today* akankah menjadi pemenuhan kebuutuhan berita dikalangan remaja.

Informasi tidak hanya sekedar produk sampingan, namun sebagai bahan yang menjadi bahan utama yang menetukan kesuksesan atau kegagalan, oleh karena itu informasi harus dikelola dengan baik.Informasi adalah data yang diolah menjadi lebih berguna, lebih berarti, dan bermanfaat bagi penggunanya. Informasi bisa menjadi kebutuhan pokok bagi pengguna tertentu, sehingga jika kebutuhan informasinya tidak terpenuhi akan menjadi masalah bagi pengguna tersebut. Dari informasi pengguna bisa mendapatkan tambahan pengetahuan, dan meningkatkan keterampilan yang akhirnya mengubah sikap, pandangan dan perilakunya.

Media sosial yang juga menjadi media informasi yang ada saat ini seperti *Facebook, whatsapp, BBM, Path, Instagram*, dan lain sebagainya terkadang menimbulkan ketidakakuratan berita yang disampaikan. Hal ini terjadi karena sering informasi yang didapat dan ditampilkan tidak berdasarkan sumber yang terpercaya. Selain itu media sosial yang berubah menjadi informasi terkadamg

---

[6]Piaget Jean & Barbel I. 2002. *Psikologi Anak*. Yogyakarta: Miftahul Jannah. Hal. 15
[7]Jalaludin Rakhmat. 2009. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Hal. 102

menampilkan berita yang tidak berimbang sehingga terkesan perpihak kepada satu pihak dan juga terkadang hanya menampilkan beberapa aspek berita atau tidak banyak pilihan katogeri berita. Sekian banyaknya media sosial yang ada di Indonesia, *Line* termasuk aplikasi media sosial yang memiliki kolom pemberitaan tersendiri.

Line Corporation mencoba memenuhi kebutuhan informasi berita untuk masyarakat melalui salah satu media sosial. *Line Today* menampilkan berita-berita yang dihimpun dari berbagai situs berita *online*. *Line Today* menampilkan berita-berita tersebut setiap hari dan berganti ganti selama 24 jam. *Line Today* dalam aplikasi *Line* menjadi aplikasi penyebaran berita yang akurat karena didapatkan dari sumber berita situs *online* yang terpercaya. *Line Today* akan membantu seseorang untuk memenuhi kebutuhan informasinya tersebut. *Line Today* bukan hanya menjadi media untuk berkomunikasi tetapi juga untuk penyebaran informasi berita untuk para penggunannya dan masyarakat. Aplikasi ini memiliki nilai edukasi, hiburan, alat komunikasi, dan memberikan informasi penting bagi khalayak luas. Maka peneliti menganggap bahwa hal ini merupakan fenomena komunikasi yang menarik untuk diteliti. Melalui teori *Uses and Gratification*, peneliti akan melakukan analisis berkaitan dengan penggunaan *Line Today* dan pemenuhan kebutuhan informasi remaja.

Pada dasarnya teori *uses and gratifications* merupakan pengembangan dari model jarum hipodermik. Teori ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada khalayak (*what media do to people*) tetapi lebih tertarik pada apa yang dilakukan khalayak pada media (*what people do to media*). Khalayak dianggap

aktif untuk memenuhi kebutuhannya yang akhirnya mendasari timbulnya istilah *uses* dan *gratification*. Teori tersebut cenderung menggunakan pendekatan dengan fokus mengapa sekelompok orang memilih untuk menggunakan media tertentu dibandingkan kandungan isi yang ditawarkan[8]. Teori *uses* and *gratification* mengandung arti bahwa seseorang atau konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan penggunaan suatu media tertentu dan bagaimana media itu akan berdampak pada pemenuhan tujuan tertentu dari orang yang bersangkutan[9].

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti kemudian berkeinginan untuk melakukan penelitian lebih mendalam dan menyusunnya dalam bentuk penelitian skripsi dengan judul **"Pengaruh Nilai Berita Pada Konten-Konten Berita di Line Today Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Kalangan Remaja".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka peneliti menyusun rumusan masalah penelitian, yaitu apakah terdapat pengaruh nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan remaja ?

---

[8] Jalaluddin Rakhmat. 2009. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Hal. 65

[9] Nurudin, 2007. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hal. 192

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, peneliti membuat identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana nilai berita *Line Today* dalam aplikasi *Line* menurut kalangan remaja ?
2. Bagaimana pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan remaja ?
3. Apakah terdapat pengaruh nilai berita *Line Today* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan remaja ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* dalam aplikasi *Line* menurut kalangan remaja.
2. Untuk mengetahui pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan remaja.
3. Untuk mengetahui pengaruh nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan remaja.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada Program Studi Ilmu

Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa berkaitan dengan pengaruh Nilai Berita Pada Konten-Konten Berita di *Line Today*terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan remaja. Diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang memiliki kesamaan variabel penelitian.

1.5.2 Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan pada media sosial yang ada, khususnya aplikasi *Line*, untuk bisa menjadi media sosial yang juga berfungsi sebagai media informasi melalui *Line Today* agar menampilkan berita yang aktual, berimbang, dapat dipercaya, dan dapat dipertanggungjawabkan dalam upaya memenuhi kebutuhan infomasi pengguna aplikasi *Line*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa diambil dari bahasa inggris, *mass communication*. Pendekatan melalui *mass media communication* (komunikasi media masa), artinya komunikasi yang "*mass mediated*" atau hanya termanifest melalui kegiatan siaran media massa atau melalui media. Definisi paling sederhana tentang komunikassi massa disampaikan oleh Bartner (1985), "komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang.[10]

Deddy Mulyana mendefinisikan komunikasi massa sebagai komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik, yang dikelola sebuah lembaga yang ditunjukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, anonim, dan heterogen.[11]*Line Today* dalam aplikasi *Line*adalah salah satu produk komunikasi massa elektronik yang dapat di unduh atau dimiliki oleh seluruh masyarakat serta dapat digunakan oleh jutaan penduduk Indonesia yang tersebar dibanyak tempat dan sifatnya heterogen.

Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Artinya Komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan,

---

[10]Jalaludin Rakhmat. 2009. *Psikologi Komunikasi. Bandung*: Remaja Rosdakarya.

[11] Deddy Mulyana. 2010. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: REmaja Rosdakarya, Hal.83

didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap.Misalnya, harian, mingguan, dwimingguan, atau bulanan. Proses produksi pesan tidak dapat dilakukan perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.[12]

Definisi diatas menjelaskan bahwa komunikasi massa merupakan sebuah produksi yang berlandaskan teknologi yang pada pendistribusiannya bersifat berkelanjutan dan memeiliki jangkauan luas untuk penyebaran informasi sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri saat ini. Media *Online*, khususnya aplikasi berbasis internet yang menjadi fokus penelitian ini dianggap dapat mewakili penyebaran pesan ke khalayak yang besar guna memenuhi persyaratan terjadinya komunikasi massa.

Dalam penyampaian pesannya, baik media *online*, khususnya aplikasi berbasis internet sebagai fokus penelitian, maupun media massa lain, harus memiliki perencanaan khusus agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh khalayak. Majunya perkembangan jaman dan teknologi membuat pihak komunikator (media massa) harus cerdas mengemas suatu pesan sehingga sesuai dengan khalayak yang dituju. Pengemasan sebuah pesan yang baik akanmembawa implikasi diterimanya pesan dengan baik oleh khalayak dan memenuhi kebutuhan informasi khalayak yang dimaksud.

---

[12] Onong Uchjana Effendy.2003.*Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*.Bandung:Citra Aditya Bakti.Hal 79

Laswell menyebutkan fungsi-fungsi komunikasi massa sebagai berikut:

1. *Surveillance of the environtment* (pengamatan terhadap lingkungan). Fungsinya sebagai pengamatan lingkungan yang oleh Scrhamm disebut sebagai *decoder* yang menjalankan fugsinya sebagai *the watcher*.
2. *Correlation of the parts of society in respondingto the environtment* (korelasi bagian-bagian masyarakat dalam menanggapi lingkungan). Pada fungsi ini komunikasi massa menghubungkan bagian-bagian dari masyarakat agar sesuai dengan lingkungannya. Scrhamm menananmkan fungsi ini sebagai interpreter yang melakukan fungsi *the forum.*
3. *Transmission of the social heritage from one generation to the next*. Fungsinya penerusan atau pewarsa sosial dari satu generasi ke generasi selanjutnya. Scrhamm menamakan fungsi ini sebagai *encoder*yangmenjalankan fungsi the teacher.

Seorang ahli sosiolog, Charles R.Wright, menambahkan fungsi keempat, yaitu entertainment dan menjelaskan keempat fungsi itu yaitu, *Entertainment*, Menunjuk pada kegiatan-kegiatan komunikatif yang dimaksudkan untuk memeberikan hiburan tanpa mengharap efek-efek tertentu. [13]

Dari dua pendapat tadi didapat bahwa komunikasi massa ialah suatu proses untuk menciptakan kesamaan pandangan, pengalaman, serta pendengaran dalam jarak yang luas dan tidak terbatas dan proses ini diupayakan untuk berlangsung secara berulang.

2.2 Media *Online*/Internet

Di era tekonologi ini, media *online* atau intenet seolah menjadi kebutuhan utama masyarakat Indonesia.Internet menawarkan kecepatan dan kemudahan dalam mengakses informasi yangkita butuhkan. Hadirnya internet membawa

[13] *Ibid*, Hal.11

perubahan dalam media massa. Internet juga bisa dijadikan sebagai sumber informasi, hiburan dan pembelajaran. Menurut Laquey (1997), Internet merupakan jaringan longgar dari ribuuan computer yang menjangkau jutaaan orang di seluruh dunia.Misi awalnya adalah menyediakan sarana bagi para peneliti untuk mengakses data dari sejumlah sumber daya perangkat keras komputer, yang mahal.Namun, sekarang internet telah berkembang menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif, sehingga telah menyimpang jauh dari misi awalnya.Dewasa ini, internet telah timbuh menjadi sedemikian besar dan berdaya sebagai alat informasi dan komunikasi yang tak dapat diabaikan.[14]

Media Online bisa juga disebut sebagai tipe baru jurnalisme karena memiliki sejumlah fitur dan karakteristik dari jurnalisme tradisional.Fitur-fitur uniknya mengemukan dalam teknologinya, menawarkan kemungkinan-kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita.

Septiawan Santana K (2005) menyebutkan, terdapat lima perbedaan untama antara media massa online dan media massa tradisional yang sekaligus menjadi karakteristik media online yaitu, (1) Kemampuan internet untuk mengkombinasikan sejumlah media, (2) Kurangnya tirani penulis atas pembaca, (3) Tidak Seorang pun dapat mengendalikan perhatian khalayak, (4) Internet dapat membuat proses komunikasi berlangsung sinambung, (5) Interaktifitas web, (6) Kecepatannya secara keseluruhan, yang menarik sekaligus menakutkan.[15]

---

[14]Morissan.*Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta. 2013. Hal. 116
[15] Septiawan Santana K. 2005. *Jurnalisme Konteporer*. Jakarta. Yayasan Obor Indonesia.Hal.137

Fungsi utama media online adalah fungsi *Surveillance*, yaitu memberikan informmasi kepada khalayak.Penggunaanya kini mencakup berbagai kalangan, para pengelola media massa (penerbit surat kabar dan majalah, radio, dan televisi), penerbit buku, artis, guru, dosen, pustakawan, penggemar komuputer, dan pengusaha. Alasan penggunaannya pun beraneka ragam, mulai sekadar untuk berkomunikasi hingga mengakses informasi dan data penting. Nilai yang ditawarkan internet dapatlah dikiaskan sebagai sistem jalan raya dengan transportasi berkecepatan tinggi yang memperpendek perjalanan atau diibaratkan sebuah perpustakaan yang dapat dikunjungi setiap saat, dengan kelengkapan buku, sumber informasi, dan kemungkinan penelusuran informasi yang tak terbatas.[16]

Laquey (1997) pula, asal mula internet adalah tercipta oleh suatu ledakan tak terduga ditahun 1969, yaitu dengan lahirnya *Arpanet*, suatu proyek eksperimen Kementrian Pertahanan Amerika Serikat bernana DARPA (*Department of Defense Advance Research Project Agency*).Misi awalnya sederhana, yaitu mencoba menggali teknologi jaringan yang dapat menghubungkan para peneliti dengan berbagai sumber daya jauh seperti sistem komputer dari pangkalan data yang besar.Puluhan tahun kemudian sistem ini berevolusi menjadi sesuatu “organisme yang semakin luas perkembangannya, yang mencakup puluhan juta orang dan ribuan jaringan.Sebagian besar komputer dan jaringan yang tersambungkan ke internet masih berkaitan dengan masyarakat penddikan dan penelitian.Kenyataan ini tidaklah mengejutkan karena internet

[16]*Ibid*, Hal.116

memang lahir dari benih penelitian.[17] Laquey yang mebedakan internet (dan jaringanglobal lainnya) dari teknologi komunikasi tradisional adalah tingkat interaksi dan kecepatan yang dapat dinikmati pengguna untuk menyairkan pesannya.Tak ada media yang memberi setiap penggunannya kemampuan untyk berkomunakis secara seketika dengan rbuan orang.

Internet adalah perkakas sempurna untuk menyiagakan dan mengumpulkan sejumlah besar orang secara elektronis.Informasi mengenai suatu peristiwa tertentu dapat ditransmisikan secara langsung, sehingga membuatnya menjadi suatu piranti meriah yang sangat efektif.Banyak sekali forum yang bersedia untuk tujuan istimewa ini.[18]

Informasi penting yang tersedia di internet jumlahnya terus meningkat. Ini mencakup berbagai arsip gratis dan arsip umum, katalog perpustakaan, layanan pemerintah, dan sebagainya.Internet ibarat cairan yang berubah setiap detik, begitu beritanya mengalir, maka pandangan yang berbeda, laporan dan aneka pendapat mengairi berbagai arsip dan forum. Perkakas pelacak cangih, dengan nama*Gopher,World Wide Web*, dan *WAIS* dapat membantu menemukan dan membawa pulang semua suber informasi.[19]

Line Today dalam aplikasi *Line* yang menjadi fokus penelitian penulis saat ini, tergolong sebagai media massa *online* yang mebutukan internet untuk mengaksesnya. *Line Today* sebagai media *online* memungkinkan penggunanya berkomunikasi serta mendapatkan informasi berita terbaru dalam hitungan detik

---

[17] *Ibid*, Hal.117
[18] *Ibid*, Hal.118
[19] *Ibid*, Hal.118

dalam satu media.*Line Today* dalam aplikasi *Line* sebagai media *online* sangat cocok dengan penjelasan yang telah dijelaskan diatas.

2.3 Pemberitaan dan Berita

2.3.1 Pengertian Pemberitaan

Pemberitaan atau reportase adalah laporan lengkap ataupun interperatif (telah disajikan sebagaimana dianggap penting oleh redaksi pemberitaan) ataupun berupa pemberitaan penyelidikan (*Investigatif reporting*) yang merupkan pengkajian fatka-fakta lengkap dengan latar belakang, trend/kecenderungan, yang mungkin terjadi di masa mendatang. (Hassan:2003)

2.3.2 Berita

Paul De Massener dalam buku *Here's The News: Unesco Associate* menyatakan, *news* atau berita adalah sebuah informasi yang penting dan menarik perhatian serta minat khalayak pendengar. Charley dan James M. Neal menuturkan, berita adalah laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi, interpretasi yang penting, menarik, masih baru dan harus secepatnya disampaikan pada khalayak.[20]

Dough Newson dan Jamea A. Wollert dalam Media Writing News For The Mass Media (1985:11) mengemukakan, dalam definisi sederhana, berita adalah apa saja yang ingin dan perlu diketahui orang atau lebih luas lagi oleh masyarakat. Dengan melaporkan berita, media massa apa yang mereka butuhkan.

---

[20]Mirza.*Here's The News: Unesco Associat.*Jakarta.2000.Hal.68-69

2.3.3 Jenis-jenis Berita

Kustadi Suhandang dalam pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik menyebutkan ada dua jenis berita yaitu berita langsung (*Straifht News*) dan berita tidak langsung (*Feature News*). Sedangkan romli lebih menjabarkan jenis-jenis berita menjadi enam jenis, diantaranta:

1. Berita Langsung (*Straight News*)
   Berita langsung adalah laporan peristiwa yang ditulis secara singkat, padat, lugas, dan apa adanya. Berita langsung dibagi menjadi dua, yaitu berita keras atau hangat (*Hard News*) dan berita ringan (*Soft News*).*Hard News* adalah laporan peristiwa besar atau sangat menggemparkan, memeiliki nilai lebih dari segi aktualitas dan kepentingan pada khalayak. *Soft News* setingkat dibawah *Hard News* dari segi aktualitas dan kepentingan.*Soft News* merupakan pendukung yang berisisBerita langsung adalah laporan peristiwa yang ditulis secara singkat, padat, lugas, dan apa adanya. Berita langsung dibagi menjadi dua, yaitu berita keras atau hangat (*Hard News*) dan berita ringan (*Soft News*).*Hard News* adalah laporan peristiwa besar atau sangat menggemparkan, memeiliki nilai lebih dari segi aktualitas dan kepentingan pada khalayak. *Soft News* setingkat dibawah *Hard News* dari segi aktualitas dan kepentingan.*Soft News*merupakan pendukung yang berisi iformasi peristiwa atau gagasan sederhana, tidak berat, dan tidak menggemparkan.
2. Berita Opini
   Berita opini yaitu berita mengenai pendapat, pernyataan, atau gagasan seseorang. Berita opini juga dominan hadir di surat kabar.
3. Berita Interpretatif
   Berita interpretatif adalah berita yang dikembangkan dengan komentar atau penelaian wartawan atau narasumber yang kompeten atas berita yang muncul sebelumnya, sehingga merupakan gabungan antara fakta dan interpretative.Berawal dari informasi yang dirasakan kurang jelas atau tidak lengkap arti dan maksudnya.
4. Berita Mendalam
   Berita mendalam ialah berita yang merupakan pengembangan dari berita yang sudah muncul, dengan pendalaman hal-hal yang ada dibawah suatu permukaan.Bermula dari sebuah berita yang masih belum selesai pengungkapannya dan bisa dilannjutkan kembali (follow up system).Pendalaman dilakukan dengan mencari tambahan dari narasumber atau berita terkait.

5. Berita Penjelasan
   Berita penjelasan adalah berita yang sifatnyya menjelaskan dengan menguraikan sebuah peristiwa secara lengkap, penuh data.Fakta yang diperoleh dijelaskan secra rinci dengan beberapa argumentasi atau pendapat penulisnya.Berita jenis ini biasanya penjang lebar sehingga harus disajikan secara bersambung atau berseri.
6. Berita penyelidikan
   Berita penyelidikan yaitu berita yang diperoleh dan dikembangkan berdasarkan penelitian atu penyelidikan dari berbagai sumber.Disebut pula beruta penggalian karena wartawan menggali informasi dari berbagai pihak, melakukan penyelidikan langsung ke lapangan, bermula dari data mentah atau berita singkat. Umumnya berita investigasi disajikan dalam tulisan *feature* berita (*news feature*).

2.3.4 Nilai Berita

Nilai berita merupakan acuan yang dapat digunakan oleh para jurnalis, yakni para reporter dan editor, untuk memutuskan fakta yang pantas dijadikan berita dan memilih nama yang lebih baik. Kriteria mengenai nilai berita merupakan patokan berarti bagi reporter.Dengan kriteria tersebut, seorang reporter dapat dengan mudah mendeteksi mana peristiwa yang harus dilipiti dan dilaporkan, san mana peristiwa yang tak perlu diliput san harus dilupakan.Kriteria nilai berita juga sangat penting bagi para editor dalam mempertimbangkan dan memutuskan, mana berita terpenting dan terbaik untuk dimuat, disiarkan, atau ditayangkan melalui medianya kepada masyarakat luas.

Nilai sebuah berita ditentukan oleh seberapa jauh syarat-syarat tertentu yang harus dipenuhinya.Syarat-syarat tersebutlah yang menjadi ukuran penting tidaknya sebuah berita.unsur-unsur berita/nilai berita baik dalam kepustakaan dan pengajaran jurnalistik maupun dalam praktiknya, terdapat perbedaan pandangan dalam menentukan sifat atau ciri sebuah berita. Ada yang menekankan segi unsur

yang harus dikandung sebuah berita, ada yang menekankan segi sifatnya, dan ada pula yang menekankan segi sifatnya, dan ada yang menekankan ciri-cirinya.[21]

Beberapa elemen nilai berita yang mendasari pelaporan kisah berita, ialah *timelines, proximity, consequence, conflict, oddity, sex, emotion, prominence, suspense, progress*. Di dalam sebuah kisah berita bisa jadi terdapat beberapa elemen yang saling mengisi dan terkait dengan peristiwa yang dilaporkan wartawan, diantaranya:

1. *Timeline* (Keterbaruan)
   Artinya terkait dengan kesegaran peristiwa yang dilaporkan. Sebuah berita sering dinyatakan sebagai laporan dari apa yang baru saja terjadi. Bila peristiwanya terjadi beberapa waktu lalu, hal ini dinamakan sejarah.Unsur waktu amat penting disini.
2. *Proximity* (Jarak)
   Khalayak berita akan tertarik dengan berbagai peristiwa yang terjadi di dekatnya, disekitar kehidupan sehari-harinya. Proximity ialah keterdekatan peristiwa dengan pembaca atau pemirsah dalah kesaharian hidup mereka. Orang-orang akan tertarik dengan berita-berita yang menyangkut kehidupan mereka, seperti keluarga atau kawan-kawan mereka, atau kota beserta klub-klub olahraga mereka, stasiun, terminal, dan tempat tempat yang mereka kenali setiap hari. Melalui unsur ini pula, tergambarkan keberhasilan Koran-koran lokal yang dikelola dengan baik. Mereka mencari perkembangan kota atau provinsi yang menjadi lahan kehidupan terdekat mereka.
3. *Consequence* (Akibat)
   Berita yang mengubah kehidupan pembaca adalah berita yang mengandung nilai konsekuensi. Lewat berita kenaikan gaji pegawai negeri atau kenaikan harga BBM (Bahan Bakar Minyak), masyarakat dengan segera akan mengikutinya karena terkait dengan kosekuensi kalkulasi ekonomi sehari-hari yang harus mereka hadapi. Putusan parleman yang mengesahakan Banten menjadi sebuah provinsi dan lepas dari kewilayahan Jawa Barat, akan diperhatikan masyarakat dikarenakan konsekuensi (bagi para penduduk Banten dan sekitarnya) yang akan dihadapi.

---

[21]Bambang Harymurty. 2009.*Jurnalistik: Petunjuk Teknis Menulis* Berita.Jakarta. PT. Perdana Mulya. Hal.31

4. *Conflict*(Konflik)
   Peristiwa-peristiwa perang, demonstrasi, atau criminal, merupakan contoh elemen konflik di dalam pemberitaan. Perseteruan antar individu, antar tim atau antar kelompok, sampai antar negara, merupakan elemen-elemen natural dari berita-berita yang mengandung konflik.
5. *Oddity*
   Peristiwa yang tidak biasa terjadi ialah suatu yang akan diperhatikan segera oleh masyrakat. Kelahiran bayi kembar lima, goyang gempa bersekala Richter tinggi, pencalonan tukang sapu sebagai kandidat calon gubernur, dan sebagainya, merupakan hal-hal yang akan jadi perhatian masyrakat.
6. *Sex*
   Kerap seks menjadi satu elemen utama dari sebuah pemberitaan.Tapi, seks sering pula menjadi elemen tambahan bagi pemberitaan tertentu, seperti pada berita sport, selebritis, atau kriminal.Berbagai berita artis hiburan banyak dibumbui dengan elemen seks.Berita politik impeachment Presiden AS, Bill Clinton, banyak terikat dengan unsur seksnya.
7. *Human Interest.*
   Elemen ini menyangkut kkisah-kisah yang mengandung kesedihan, kemarahan, simoati, ambisi, cinta, kebencian, kebahagian, atau humor.
8. *Prominence* (Cuatan)
   Elemen ini adalah unsur yang menjadi dasar istilah “names make news”, nama membuat berita. ketika seseorang menjadi terkenal, maka ia akan selalu diburu oleh pembuat berita. unsur keterkenalan ini tidak dibatasi atau hanya diitujukan keppada status VIP semata. Beberapa tempat, pendapat, dan peristiwa termasuk ke dalam elemen ini.Bali, petuah-petuah hidup, dan hari raya memeliki elemen keterkenalan yang diperhatikan banyak orang.
9. *Suspense*
   Elemen ini menunjukan sesuatu yang ditunggu-tunggu, terhadap sebuah peristiwa, oleh masyarakat.Adanya ketegangan menunggu pecahnya perang (invasi) AS ke Irak, adalah salah satu contohnya.Namun, elemen ketegangan inin tidak terkait dengan paparan kisah yang berujung pada klimaks kemisterisan.Kisah berita yang menyampaikan fakta-fakta tetap merupakan hal yang penting.Kejelasan fakta dituntut masyarakat.Penantian masyarakat pada pelaku “Bom Bali” tetap mengandung kejelasan fakta.Namun ketegangan masyarakat tetap terjadi selama kasus tersebut dilaporkan media, khususnya kepada rincian fakta kejadiannya beserta wacana politik yang membayanginya.
10. *Progress*
    Elemen ini merupakan elemen perkembangan peristiwa yang ditunggu masyarakat.Kesudahan invasi AS ke Irak, misalnya, tetap ditunggu masyarakat.Bagaimana masyarakat Irak seusai perang tersebut

membangun pemerintahannya adalah elemen berita yang ditunggu masyarakat.Bagaimana upaya negar-negara yang terkena wabah SARS, pemberitaanya masih diminati masyarakat.[22]

2.4 Kebutuhan Informasi

Fisher yang mengelompokan berbagai pandangan mengenai konsep informasi kedalam tiga buah variasi[23],yaitu:

1. Informasi mengacu ke fakta atau data
   Istilah informasi menunjukan fakta atau data yang diperoleh selama komunikasi berlangsung. Dalam pandangan ini, komunikasi dipandang sebagai kuantitas fisik yang dapat dipindahkan dari satu titik ke titik lain, dari satu medium ke medium lain, dari satu orang ke orang lain.
2. Informasi mengacu ke makna data
   Istilah informasi mengacu ke makna data.Jadi menurut pandangan ini informasi berbeda dengan data, informasi adalah arti, maksud atau makna yang dikandung kata.Konsep informasi ini berkaitan dengan penafsiaran. Makna satu data dapat berbeda pengertian antara satu orang dengan orang lain.
3. Informasi mengacu kejumlah data
   Istilah informasi menunjukan jumlah data mengenai ketidakpastian yang dapat diukur dengan cara mereduksi atau mengurangkan sejumlah alternatif/pilihan yang tersedia. Semakin suatu masalah mengalami ketidakpastian, semakin banyak pula alternatif (informasi) yang dapat digunakan.

Dalam Kamus Komunikasi, Onong Uchjana Effendy mendefinisikan informasi sebagai :

1. Pesan yang disampaikan pada seseorang atau sejumlah orang yang baginya merupakan hal yang baru diketahui.
2. Data yang telah diolah untuk disampaikan kepada yang memerlukan atau untuk mengambil keputusan mengenai satu hal.
3. Kegiatan menyebarluaskan pesan, baik secara langsung maupun melauli media komunikasi, keppda khalayak yang baginya merupakan hal atau peristiwa yang baru.[24]

---

[22] Septiawan Santana K. 2005. *Jurnalisme Konteporer*. Jakarta. Yayasan Obor Indonesia.Hal. 18-20
[23] Helena Olii.2007.*Berita dan Informasi*.Jakarta:Indeks.Hal. 22
[24] *Ibid*, Hal.23

Dalam interaksi sosialnya sehari-hari, keyakinan serta prilaku manusia terbentuk karenapengaruh oleh banyak hal, salah satunya kebutuhan.Kebutuhan menjadi salah satu motif skunder (sosiogenesis) yang mempengaruhi prilaku sosial manusia.[25]

Beberapa ahli psikologi menjelaskan kebutuhan manusia kedalam beberapa kategori. David McClelland menyebutkan kebutuhan manusia terdiri dari ; kebutuhan prestasi (*need for achievement*), kebutuhan akan kasih sayang (*need for affiliation*), serta kebutuhan berkuasa (*need for power*)[26].

Abraham Maslow memberikan hirarki kebutuhan manusia menjadi lima tingkatan, yaitu:

1. Kebutuhan fisiologis
   Kebutuhan ini berkaitan dengan pemenuhan lahiriah, seperti sandang, pangan, papan.Kebutuhan fisiologis merupakan aspek paling mendasar yang diperlakukan manusia untuk dapat melangsungkan hidupnya.
2. Kebutuhan akan rasa aman (*safety needs*)
   Berkaitan dengan pemenuhan terhadap rasa aman, ketentraman, dan jaminan seseorang dalam menjalankan kehidupannya sehari-hari. Situasi yang membuat seseorang aman dan nyaman akan berdampak positf bagi prilaku seseorang.
3. Kebutuhan akan ketertarikan dan cinta (*belongingness and love needs*)
   Beberapa menyebut sebagai *social needs*, atau kebutuhan untuk memilii keterikatan serta interaksi sosial. Kebutuhan ini mencakup keinginan untuk bernegoisasi terlibat dalam sebuah kelompok, menjalin persahabatan atau cinta.
4. Kebutuhan akan penghargaan (*esteem needs*)
   Berhubungan dengan kebutuhan manusia untuk mendapat penghormatan atau penghargaan dari orang lain. Kebutuhan ini tidak begitu mendesak bagi manusia.*Esteem needs* dapat berlaku saat seseorang telah memberikan prestasi atau hasil kerja uang bermanfaat bagi suatu masalah.

5. Kebutuhan pemenuhan diri (*self actualization*)

---

[25]Jalaludin Rakhmat.2005.*Psikologi Komunikasi*.Bandung:PT Remaja Rosdakarya.Hal.37
[26] *Ibid*, Hal.37

> Pemenuhan diri dapat dimaknakan sebagai kebutuhan seseorang untuk memberikan kontribusi kepada lingkungan.Dari sini seseorang memiliki pandangan yang lebih jauh mengenai kehidupan, dimana mereka tidak lagi hanya memikirkan bagaimana untuk dapat melanjutkan hidup, melainkan bagaimana meningkatkan kualitas hidup.[27]

Maslow melanjutkan dalam meningkatkan kualitas kehidupan dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, seperti: mengembangkan potensi dengan cara yang kreatif, misalnya melalui seni, musik, sains dan sebagainya memperkaya kualitas dengan rentangan serta kualitas pengalaman yang ditempuh dengan melakukan darmawisata. Membentuk hubungan yang hangat dengan orang-orang terdekat, serta berusaha menjadi manusia atau pesona yang kita dambakan.[28]

Fungsi informasi merupakan fungsi paling penting yang terdapat dalam komunikasi massa. Komponen paling penting untuk mengetahui fungsi informasi ini adalah berita-berita yang disajikan, Iklan pun dalam beberapa hal memiliki fungsi memberikan informasi di samping fungsi-fungsi yang lain[29].

2.5 Teori *Uses* and *Gratification*

Herbert Blumer dan Elihu Katz adalah orang pertama yang memperkenalkan teori ini.Teori uses and gratification (kegunaan dan kepuasan) ini dikenalkan pada tahun 1974 dalam bukunya The Uses on Mass Communication Prespectives on Gratification Research.Teori uses and gratification milik Blumer dan Katz ini mengatakan bahwa pengguna media

---

[27]Jalaludin Rakhmat.2005.*Psikologi Komunikasi*.Bandung:PT Remaja Rosdakarya.Hal.37
[28] *Ibid*, Hal.39
[29]Dedy Nur Hidayat,Nurudin M.Si.2011.*Pengantar Komunikasi Massa*.Jakarta:PT Rajagrafindo Persada.Hal.66

memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori uses and gratification mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternative untuk memuaskan kebutuhannya.

Teori uses and gratification lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya, manusia itu mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media.Blumer dan Katz percaya bahwa tidak hanya ada satu jalan bagi khalayak untuk menggunakan media.Sebaliknya, mereka percaya bahwa ada banyak alasan khalayak untuk menggunakan media.Menurut pendapat teori ini, konsumen media memounyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu berdampak pada dirinya.Teori ini juga menyatakan bahwa media dapat mempunyai pengaruh jahat dalam kehidupan.

Kebutuhan kognitif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguh informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan.Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasarat kita dan dorongan untuk penyelidikan kita.Kebutuhan afektif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalam-pengalaman estetis, menyenangkan, dan emosional.Kebutuhan pribadi secara integratif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman, dan dunia. Hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi. Sementara itu,

kebutuhan pelepasan adalah kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman.[30]

Teori penggunaan dan kepuasan atau uses and gratification theory disebut-sebut sebagai salah satu teori paling populer dalam studi komunikasi massa. Teori ini mengajukan gagasan bahwa perbedaan individu menyebabkan audiensi mencari, menggunakan dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara berbeda-beda yang disebabkan sebagai faktor sosial dan psikologi yang berbeda diantara individu audiensi. Teori penggunaan dan kepuasan memfokuskan perhatian pada udiensi sebagai konsumen media massa, dan bukan pada pesan yang disampaikan. Teori ini menilai bahwa audiensi dalam menggunakan media berorientasi pada tujuan, bersifat aktif sekaligus diskriminatif.Audiensi dinilai mengetahui kebutuhan mereka dan mengetahui serta bertanggung jawab terhadap pemilihan media yang dapat memenuhi kebutuhan mereka tersebut.

Dalam hal ini terdapat sejumlah asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori penggunaan dan kepuasan sebagaimana dikemukakan Katz, Blumer dan Gurevitch (1974) yang mengembangkan teori ini. Mereka menytakan lima asumsi dasar teori penggunaan dan kepuasan yaitu:

1. Audiensi aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media. Dalam prespektif teori penggunaan dan kepuasan audiensi dipandang sebagai partisipan yang aktif dalam proses komunikasi, namun tingkat keaktifan setiap individu tidaklah sama. Dengan kata lain, tingkat keaktifan audiensi merupakan variabel. Prilaku komunikasi audiensi mengacu pada target dan tujuan yang ingin dicapai serta berdasarkan motivasi, tujuan, dan kebutuhan personal mereka.

---

[30]Nurdin.2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta. PT.Raja Grafindo Persda.Hal. 191-195.

2. Inisiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan audiensi. Asumsi kedua ini berhubungan dengan kebutuhan terhadap kepuasan yang dihubungkan dengan pilihan media tertentu yang ditentukan audiensi sendiri. Karena sifatnya yang aktif maka audiensi mengambil inisiatif.
3. Media bersaing dengan sumber kepuasan lain. Media dan audiensi tidak berada dalam ruang hampa yang tidak menerima pengaruh apa-apa. Keduanya menjadi bagian masyarakat yang lebih luas, dan hubungan antara media dan audiensi dipengaruhi oleh masyarakat. Media bersaing dengan bentuk-bentuk komunikasi lainya dalam hal pilihan, perhatian dan penggunaan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan seseorang.
4. Audiensi sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif dan penggunaan media. Kesadaran diri yang cukup akan adanya ketertarikan dan motif yang muncul dalam diri yang dilanjutkan dengan penggunaan media memungkinkan peneliti mendapat gambaran yang tepat mengenai penggunaan media oleh audiensi. Audiensi melakukan secara sadar terhadap media tertentu yang akan digunakannya.
5. Penelitian isi media ditentukan oleh audiensi. Menurut teori ini, isi media hanyahanya dapat dinilai oleh audiensi sendiri.[31]

Riset Uses and Gratification berangkat dari pandangan bahea komunikasi (khususnya media massa) tidak mempunyai kekuatan mempengaruhi khalayak. Inti Teori Uses and Gratification adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media efektif.

Konsep teori ini menurut para pendirirnya, Elihu Katz, Jay G. Blumer, dan Michael Gurevitch, adalah meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber

[31]Morissan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta. PT. Kencana Perdana Group. 508-513

lain, yang membawa pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, barangkali juga yang kita tidak inginkan.[32]

Model ini memulai dengan lingkungan sosial yang menentukan kebutuhan kita. Kemudian dari model *uses and gratifications* di atas dapat dijelaskan :

1. *Cognitive needs* (kebutuhan kognitif) adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk penyelidikan kita.
2. *Affective needs* (kebutuhan afektif) adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional.
3. *Personal integrative needs* (kebutuhan pribadi secara integratif) adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri.
4. *Social integrative* needs (kebutuhan sosial secara integratif) adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontakdengan keluarga, teman dan dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi.
5. *Escapist needs* (kebutuhan pelepasan) adalah kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman[33]

Dari penjelasan di atas, dapat dikatakan bahwa seseorang menggunakan media massa didorong oleh motif-motif tertentu. Motif-motif itulah yang mendorong seseorang untuk menggunakan media massa yang mereka inginkan. Kebutuhan kognitif inilah yang menyebabkan seseorang memilih media untuk memenuhi kebutuhan informasinya.

---

[32] Rakhmat Kriyantono. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. PT. Kencana Prenada Media Group. Hal. 207-208

[33] Onong Uchjana Effendy. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti.Hal. 294.

2.6 Kerangka Teori

Informasi tidak hanya sekedar produk sampingan, namun sebagai bahan yang menjadi bahan utama yang menetukan kesuksesan atau kegagalan, oleh karena itu informasi harus dikelola dengan baik.Informasi adalah data yang diolah menjadi lebih berguna, lebih berarti, dan bermanfaat bagi penggunanya. Informasi bisa menjadi kebutuhan pokok bagi pengguna tertentu, sehingga jika kebutuhan informasinya tidak terpenuhi akan menjadi masalah bagi pengguna tersebut. Dari informasi pengguna bisa mendapatkan tambahan pengetahuan, dan meningkatkan keterampilan yang akhirnya mengubah sikap, pandangan dan perilakunya. Sekian banyaknya media sosial yang ada di Indonesia, *Line* termasuk aplikasi media sosial yang memiliki kolom pemberitaan tersendiri.

Line Corporation mencoba memenuhi kebutuhan informasi berita untuk masyarakat melalui salah satu media sosial. *Line Today* menampilkan berita-berita yang dihimpun dari berbagai situs berita *online*. *Line Today* menampilkan berita-berita tersebut setiap hari dan berganti ganti selama 24 jam. *Line Today* dalam aplikasi *Line* menjadi aplikasi penyebaran berita yang akurat karena didapatkan dari sumber berita situs *online* yang terpercaya. *Line Today* akan membantu seseorang untuk memenuhi kebutuhan informasinya tersebut. *Line Today* bukan hanya menjadi media untuk berkomunikasi tetapi juga untuk penyebaran informasi berita untuk para penggunannya dan masyarakat.

Aplikasi ini memiliki nilai edukasi, hiburan, alat komunikasi, dan memberikan informasi penting bagi khalayak luas. Melalui teori *Uses and Gratification,* peneliti melakukan analisis berkaitan penggunaan *Line Today* dan pemenuhan kebutuhan informasi remaja. Pada dasarnya teori *uses and gratifications* merupakan pengembangan dari model jarum hipodermik. Teori ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada khalayak (*what media do to people*) tetapi lebih tertarik pada apa yang dilakukan khalayak pada media (*what people do to media*).

Khalayak dianggap aktif untuk memenuhi kebutuhannya yang akhirnya mendasari timbulnya istilah *uses* dan *gratification*. Teori tersebut cenderung menggunakan pendekatan dengan fokus mengapa sekelompok orang memilih untuk menggunakan media tertentu dibandingkan kandungan isi yang ditawarkan[34]. Teori *uses* and *gratification* mengandung arti bahwa seseorang atau konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan penggunaan suatu media tertentu dan bagaimana media itu akan berdampak pada pemenuhan tujuan tertentu dari orang yang bersangkutan[35].

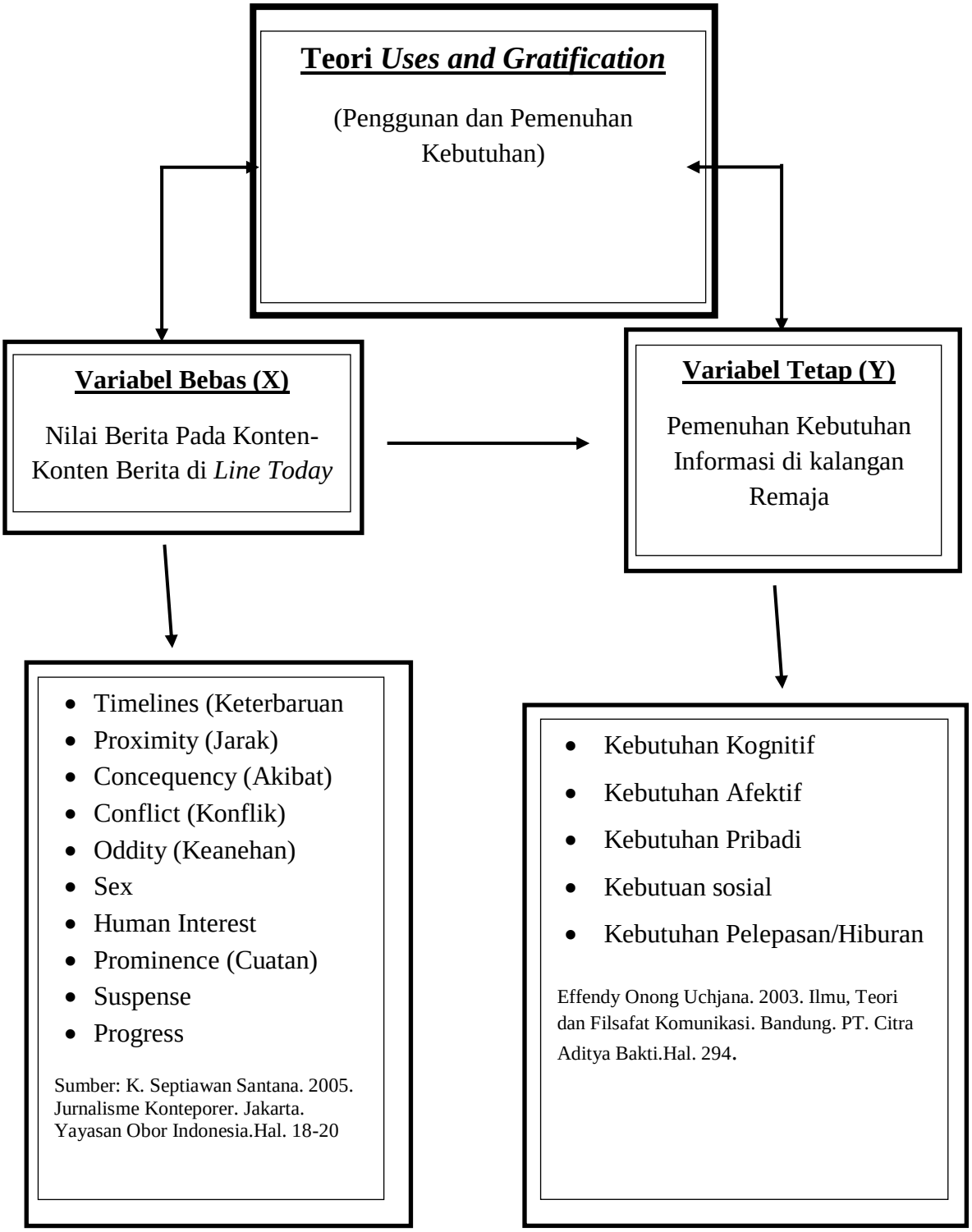
Untuk memudahkan memahami penelitian ini, peneliti menyusun kerangka teori yang disajikan pada gambar sebagai berikut :

---

[34] Jalaluddin Rakhmat. 2009. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Hal. 65

[35] Nurudin, 2007. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hal. 192

Gambar 2.1 Kerangka Teori



2.7 Operasional Variabel

Variabel penelitian ini terdiri dari nilai berita *Line Today* sebagai variabel bebas (variabel X) dan pemenuhan kebutuhan informasi sebagai variabel tetap (variabel Y). Operasionalisasi variabel penelitian disajikan pada tabel berikut :

Tabel 2.1

Oprasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel X	Dimensi	Indikator	Skala
Nilai Berita Line Today Sumber: K. Septiawan Santana. 2005. Jurnalisme Konteporer. Jakarta. Yayasan Obor Indonesia. Hal. 18-20	*Timeliness* (Kebaruan)	• Berita memuat hal yang baru terjadi (terkini)	Likert
	Proximity (Jarak)	• Berita memuat hal peristiwa yang terjadi disekitar pembaca. • Berita memuat tempat-tempat kejadian yang dikenali pembaca. • Berita memuat orang-orang yang dikenali oleh pembaca.	
	Prominence (Cuatan)	• Berita menggunakan terjemahan istilah bahasa yang lebih tepat. • Berita menggunakan penjelasan yang ringkas.	
	Human Interest (Daya Tarik Kemanusian)	• Berita menyangkut daya tarik kemanusian atau seni manusiawi	
	Concequency (Akibat)	• Berita menimbulkan dampak bagi kehidupan pribadi • Berita menimbulkan dampak bagi kehidupan sosial.	
	Conflict (konflik)	• Berita memuat peristiwa konflik. • Berita memuat peristiwa kriminal.	
	Oddity (Keanehan)	• Berita memuat peristiwa yang tidak biasa dimasyarakat.	
	Sex	• Berita memuat skandal hubungan para selebritas. • Berita memuat skandal hubungan yang ada di masyarakat.	
	Suspense	• Berita memuat peristiwa/kejadian perang. • Berita memuat peristiwa/kejadian yang belum terungkap akhir kasusnya.	
	Progress	• Berita mememuat kelanjutan dari sebuah peristiwa/kejadian sebelumnya yang belum selesai.	

Variabel Y	Dimensi	Indikator	Skala
Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Sumber: Racmat Kriyantono.2006.Teknik Praktis Riset Komunikasi.Jakarta.PT. Kencana Prenada Media Group. Hal. 215-2016.	Kebutuhan Kognitif	• Dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat. • Dapat mengetahui berbagai informasi mengenai pristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia. • Dapat memahami berbagai informasi yang terjadi. • Dapat menambah pengetahuan dari sebuah informasi.	Likert
	Kebutuhan Afektif	• Dapat memperoleh pengalaman yang emosional. • Dapat memperoleh pengalaman yang menyenangkan. • Dapat memperoleh pengalaman baru.	
	Kebutuhan Pribadi	• Dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi individu itu sendiri. • Dapat meningkatkan pandangan, nilai dan perkembangan dalam media	
	Kebutuhan sosial	• Dapat menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain disekitarnya.	
	Kebutuhan Pelepasan/Hiburan	• Dapat melepaskan diri dari permasalahan • Bisa mendapatkan hiburan dann kesenangan.	

2.8 Hipotesa Penelitian

Sugiyono hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Sedangkan hipotesis asosiatif ialah duatu pernyataan yang menunjukan dugaan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih.[36]

[36] Sugiyono.2007.*Statistika Untuk Penelitian*.Bandung:Alfabeta.Hal.89

Hipotesis yang peneliti ajukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Hipotesis Kerja (Ha)

"Terdapat pengaruh nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan remaja".

Hipotesis Nol (H0)

"Tidak terdapat pengaruh nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan remaja".

2.9 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti dalam melakukan studi kepustakaan selain ditunjang dari buku literatur, data lainnya diperoleh dari jurnal penelitian yang memiliki kesamaan variabel dengan penelitian ini guna memperkuat landasan teoritis pada penelitian ini. Penelitian terdahulu diuraikan pada tabel berikut :

Tabel 2.2

Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Rachmat Abdul Fickry	Dian Sativa	Resti Fauziah K
Judul Penelitian	Hubungan Antara Pemberitaan Okexone.com dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa	Media Online dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (studi Korelasi Antara Aktivitas menggunakan Media Online Kompas.com dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi) .	Hubungan Antara Pemebritaan Line Todaydan pemenuhan kebutuhan informasi berita dikalangan remaja.
Tahun	2012	2010	2016
Metode Penelitian	Kuantitatif	Kuantitatif	Kuantitatif

Kesimpulan penelitian	Pemberitaan dalam situs Okezone.com memberikan hubungan yang cukup berarti pada pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa sebesar 24,6%. Dengan persentase unsur penting, kejelasan, aktualisasi, dan faktualisasi sebesar 78,9%.	Hubungan antara aktivitas menggunakan media online Kompas.com dengan pemenuhan kebutuhan informasi mempunyai hasil yang signifikan.	Peneliti menggunakan teknik survey dengan alat kuesioner. Nilai berita Line Today diduga berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi berita di kalangan remaja
Perbedaan	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya hubungan antara situs berita Okezone.com dan pemenuhan kebutuhan informasi mahasiawa	Tujuan penelitian ini untuk mengetahui besarnya hubungan antara situs berita Kompas.com dengan kebutuhan informasi dikalangan mahasiswa.	Tujian penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya hubungan Line Today dengan kebutuhan informasi dikalangan Remaja.
Persamaan	Meneliti Hubungan korelasiMedia Online	Meneliti Hubungan korelasi Media Online	Meneliti Hubungan korelasi Media Online
Sumber	Skripsi (Universitas Sultan Ageng Tirtayasa)	Skripsi (Universitas Sebelas Maret)	Skripsi (Universitas Sultan Ageng Tirtayasa)

Sumber : Data diolah peneliti, 2018

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan remaja menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang menjelaskan nilai suatu variabel dengan mengolah data-data yang ada kedalam suatu angka[37]. Sedangkan desain penelitian memberikan gambaran mengenai langkah-langkah yang harus dilakukan secara sistematis mengikuti kaidah penelitian yang benar.

Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini antara lain :

1. Desain Deskriptif

   Desain ini bertujuan menjabarkan atau melukiskan karakteristik dari sesuatu fenomena tertentu (variabel penelitian). Desain ini dapat memberikan gambaran mengenai hasil tanggapan responden dari kuesioner yang telah diolah peneliti[38].

---

[37]Sugiyono. 2012. *Ilmu, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung. Alfabeta.

Hal2

[38] *Ibid*, Hal. 44

2. Desain Kausal

Desain ini bertujuan untuk menganalisa hubungan sebab akibat antara variabel bebas terhadap variabel tetap atau bagaimana variabel bebas mempengaruhi variabel tetap melalui pengujian secara statistik[39].

3.2 Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan penelitian kepada pengaruh nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan remaja. Dengan demikian landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari teori komunikasi massa, teori media *online*, teori pemberitaan, teori *uses and gratifications*, teori kebutuhan informasi, dan teori lainnya guna menguatkan landasan empiris pada penelitian ini.

3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah SMA Negeri 2 Kota Serang yang beralamat di Jalan Raya Pandeglang No.KM. 5, Karundang, Cipocok Jaya, Kota Serang, Banten. Sedangkan obyek penelitian adalah siswa-siswi SMA Negeri 2 Kota Serang kelas XI tahun akademik 2017-2018.

[39] *Ibid*, Hal. 44

3.4 Variabel Penelitian

3.4.1 Definisi Konsep

Berdasarkan fokus penelitian serta untuk dapat mempermudah memahami penelitian ini, peneliti membuat definisi konsep antara lain :

1. Aplikasi *Line* adalah aplikasi media sosial berbasis internet yang digunakan untuk berkomunikasi sesama pengguna aplikasi *Line*.
2. Nilai Berita *Line Today* adalah aplikasi penyebaran berita yang terdapat dalam aplikasi Line yang menyebarluaskan berita yang diperoleh dari berbagai sumber berita situs *online* yang terpercaya atau berita-berita yang dihimpun dari berbagai situs berita *online*.
3. Pemenuhan kebutuhan informasi adalah kebutuhan yang timbul ketika pengetahuan yang dimiliki seseorang kurang dari yang dibutuhkan sehingga mendorong seseorang untuk mencari informasi.

3.4.2 Definisi Operasional

Variabel penelitian dikategorikan menjadi dua variabel, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dengan simbol Variabel X dan variabel tetap (*dependent variable*) dengan simbol Variabel Y. Penggolongan variabel tersebut antara lain :

1. Variabel X adalah nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today*, dimana variabel ini merupakan variabel bebas.

   Operasionalisasi variabel nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* antara lain :

   a. *Timeliness* (Kebaruan)
      Indikatornya, yaitu berita memuat hal yang baru terjadi (terkini).
   b. *Proximity* (jarak)
      Indikatornya, yaitu berita memuat hal peristiwa yang terjadi disekitar pembaca, berita memuat tempat-tempat kejadian yang dikenali pembaca, dan berita memuat orang-orang yang dikenali oleh pembaca.
   c. *Prominence* (cuatan)
      Indikatornya, yaitu berita menggunakan terjemahan istilah

bahasa yang lebih tepat dan berita menggunakan penjelasan yang ringkas.

d. *Human Interest* (Daya Tarik Kemanusian)
Indikatornya, yaitu berita menyangkut daya tarik kemanusian atau seni manusiawi.

e. *Concequency* (Akibat)
Indikatornya, yaitu berita menimbulkan dampak bagi kehidupan pribadi dan berita menimbulkan dampak bagi kehidupan sosial.

f. *Conflict* (konflik)
Indikatornya, yaitu berita memuat peristiwa konflik dan berita memuat peristiwa kriminal.

g. *Oddity* (Keanehan)
Indikatornya, yaitu berita memuat peristiwa yang tidak biasa di masyarakat.

h. Sex (genre)
Indikatornya, yaitu berita memuat skandal hubungan para selebritas dan berita memuat skandal hubungan yang ada di masyarakat.

i. Suspense
Indikatornya, yaitu berita memuat peristiwa/kejadian perang dan berita memuat peristiwa/kejadian yang belum terungkap akhir kasusnya.

j. *Progress*
Indikatornya, yaitu berita mememuat kelanjutan dari sebuah peristiwa/kejadian sebelumnya yang belum selesai.

2. Variabel Y adalah pemenuhan kebutuhan informasi, dimana variabel ini merupakan variabel tetap.

Operasionalisasi variabel pemenuhan kebutuhan informasi antara lain :

a. Kebutuhan Kognitif
Indikatornya, yaitu dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat, dapat mengetahui berbagai informasi mengenai pristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia, dapat memahami berbagai informasi yang terjadi, dan dapat menambah pengetahuan dari sebuah informasi.

b. Kebutuhan Afektif
Indikatornya, yaitu dapat memperoleh pengalaman yang emosional, dapat memperoleh pengalaman yang menyenangkan,

dan dapat memperoleh pengalaman baru.

c. Kebutuhan Pribadi
Indikatornya, yaitu dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi individu itu sendiri, dan dapat meningkatkan pandangan, nilai dan perkembangan dalam media

d. Kebutuhan Sosial
Indikatornya, yaitu dapat menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain di sekitarnya.

e. Kebutuhan Pelepasan/Hiburan
Indikatornya, yaitu dapat melepaskan diri dari permasalahan, dan dapat mendapatkan hiburan dann kesenangan.

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan alat yang digunakan dalam pengumpulan data primer, didalamnya berisikan pertanyaan atau pernyataan terkait dengan variabel penelitian[40] yang disebarkan kepada responden untuk diisi dan dijawab. Skala yang digunakan dalam kuesioner penelitian menggunakan skala likert.

Skala Likert, yaitu dengan cara memberi bobot nilai pada setiap jawaban responden[41] sebagai berikut :

Tabel 3.1

Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Baik / Sangat Setuju	4
Baik / Setuju	3
Tidak Baik / Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Baik / Sangat Tidak Setuju	1

[40] *Ibid*, Hal. 82
[41] *Ibid*, Hal 87

3.6 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya[42]. Populasi dalam penelitian ini ialah kelompok remaja yang akan diwakili oleh siswa-siswi SMA Negeri 2 Kota Serang kelas XI yang berjumlah 664 orang. Alasan pemilihan populasi dikarenakan remaja menjadi kelompo khalayak yang haus akan informasi. Selain itu, remaja juga termasuk kelompok yang paling cepat mengikuti perkembangan jaman dan yang paling mudah menerima informasi dari berbagai sumber, sehingga diharapkan dapat memberikan pengaruh untuk menyebarluaskan pesan kepada orang sekitarnya.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut[43]. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan strata atau tingkatan anggota populasi tersebut[44].

Untuk mengetahui kelayakan sampel penelitian menggunakan rumus slovin[45] sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N(e)^2 + 1}$$

Dimana :

---

[42] *Ibid*, Hal 87
[43] *Ibid*, Hal. 80
[44] *Ibid*, Hal. 118
[45] *Ibid*, Hal. 84

N = ukuran populasi
n = banyaknya sampel
e = presiasi yang digunakan 10% atau 0.1

$$n = \frac{664}{664 \cdot (0.1)^2 + 1}$$

$$= \frac{664}{7.64}$$

= 86.91 maka dibulatkan menjadi 87 orang.

Berdasarkan kelayakan sampel tersebut, maka penulis memutuskan menggunakan sampel sebanyak 87 responden.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Instrumen Penelitian

Pengolahan data merupakan tahapan awal dari proses analisis data. Proses pengolahan data merupakan tahapan dimana data dipersiapkan, diklasifikasikan, dan diformat menurut aturan tertentu untuk keperluan proses berikutnya, yaitu analisis data. Data yang terkumpul diolah melalui tahapan sebagai berikut :

1. *Coding*, yaitu tahap mengklasifikasikan data dari tanggapan responden atas kuesioner yang telah disebarkan. Data yang diinput dari kuesioner tanggapan responden mengenai kinerja pegawai adalah data ordinal dengan skala likert dengan bobot 4, 3, 2 dan 1.
2. *Editing*, yaitu tahap mengoreksi kesalahan yang ada pada data yang harus dilakukan secara berulang-ulang dan cermat.
3. *Tabulating*, yaitu tahap penyusunan data secara akumulatif dengan menggunakan alat bantu *Methode Succesive Interval* (MSI) untuk merubah data ordinal menjadi data interval agar dapat dilaksanakan uji statistik dengan alat bantu SPSS versi 20.

Setelah dilakukan tabulasi data, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian instrumen penelitian. Uji instrumen penelitian berkaitan dengan

pengujian kuesioner sebagai alat pengumpulan data primer. Kuesioner harus diuji untuk mengetahui kelayakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang terdiri dari uji validitas dan uji realibilitas yang diuraikan sebegai berikut :

1. Uji Validitas

   Uji validitas digunakan untuk menunjukan tingkat kevalidan instrument penelitian, artinya instrument dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, yakni variabel penelitian[46]. Jika item pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka item tersebut dinyatakan valid dan begitu pula sebaliknya. Uji validitas menggunakan metode korelasi *pearlson product moment*.

2. Uji Reliabilitas

   Uji reliabilitas adalah pengujian ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil relatif yang sama. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan internal konsistensi menggunakan *Alpha Cronbach*. Jika nilai *cronbach alpha* > 0,70 maka instrumen dikatakan reliabel[47].

3.7.2 Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan tetap keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak.

---

[46] Abdurahman Muhidin. 2007. *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur Dalam Penelitian.* Bandung. Pustaka Setia. Hal. 37

[47] Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro. Hal. 48

Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal[48]. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Jika nilai *Asymptotic* (2-tailed) > *alpha* (0.05), maka data berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau data tidak terdapat masalah normalitas. Selain itu, uji normalitas data juga dapat diketahui dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik *normal P-P Plot.*

Pengambilan keputusan normalitas data didasarkan kepada:

a. Jika data menyebar disekitar garis dan penyebarannya mengikuti garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
b. Jika menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka regresi tidak memenuhi asumsi normal[49].

3.7.3 Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk memprediksi nilai koefisien regresi variabel penelitian, yakni koefisien regresi variabel pemenuhan kebutuhan informasi (variabel Y) dan variabel nilai berita *Line Today* (variabel X). Selain itu, analisis regresi sederhana juga digunakan untuk mengetahui nilai t_{hitung} sebagai dasar melakukan pengujian hipotesis penelitian.

Persamaan matematis regresi sederhana menggunakan rumus[50] sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a + b X + \boldsymbol{e}}$$

[48] *Ibid*, Hal. 105.
[49] *Ibi*d, Hal. 105
[50] Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta. Hal. 211

Dimana :

Y = Pemenuhan Kebutuhan Informasi
a = Konstanta
b = Koefisien Regresi Nilai Berita *Line Today*
X = Nilai Berita *Line Today*
e = *Standart error* sebesar 5%

3.7.4 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel tetap atau persentase pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel tetapnya[51]. Koefisien determinasi dinyatakan dalam persentase yang diketahui dari nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh dari hasil pengujian statistik menggunakan program SPSS versi 20.

3.7.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis menggunakan uji t (uji parsial) untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tetapnya. Rancangan hipotesis sebagai berikut :

H0 ; b = 0, artinya tidak terdapat pengaruh nilai berita *Line Today* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan remaja.

Ha ; b ≠ 0, artinya terdapat pengaruh nilai berita *Line Today* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan remaja.

Kriteria pengujian hipotesis sebagai berikut :

[51] Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro. Hal. 97

$\mathbf{t_{hitung} \geq t_{tabel}}$, maka H0 ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat pengaruh nilai berita *Line Today* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan remaja.

$\mathbf{t_{hitung} \leq t_{tabel}}$, maka H0 diterima dan Ha ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh nilai berita *Line Today* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan remaja.

3.8 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih 8 bulan, mulai dari tahapan observasi awal hingga pengujian sidang skripsi dengan rincian kegiatan sebagai berikut :

Tabel 3.2

Jadwal Penelitian

No	Keterangan	Tahun 2017								Tahun 2018											
		Mei s.d Agust				Sept s.d Des				Jan s.d Apr				Mei s.d Agustus				Sept s.d Des			
1	Observasi awal																				
2	Penyusunan proposal																				
3	Revisi proposal																				
4	Pendaftaran proposal																				
5	Seminar proposal																				
6	Revisi proposal																				
7	Penyusunan hasil penelitian (bab 4-5)																				
8	Revisi hasil penelitian																				
9	Sidang dan revisi skripsi																				

Sumber : Peneliti, 2018

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

4.1.1 Karakteristik Responden

Kuisioner dalam penelitian ini disebarkan kepada siswa-siswi kelas XI yang tengah menempuh pendidikan di SMA Negeri 2 Kota Serang tahun ajaran 2017/2018 dengan jumlah sampel sebanyak 87 orang. Siswa-siswi kelas XI diharapkan dapat mewakili remaja yang mempunyai karakteristik keingintahuan lebih akan informasi yang tersebar.

Karakteristik dari 87 responden menurut jenis kelamin diuraikan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	26	30%
2	Perempuan	61	70%
Total		87	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.1, diketahui mayoritas responden yang mengisi kuesioner dalam penelitian ini didominasi siswi perempuan sebanyak 61 responden atau sebesar 70%, sedangkan siswa laki-laki sebanyak 26 responden atau sebesar 30%.

Karakteristik responden berdasarkan penggunaan aplikasi *Line* disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Aplikasi *Line*

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Aktif	78	90%
2	Kurang Aktif	9	10%
Total		87	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.2, diketahui mayoritas responden yang mengisi kuesioner dalam penelitian ini didominasi oleh siswa yang aktif menggunakan aplikasi *Line* sebanyak 78 responden atau sebesar 90%, sedangkan siswa yang kurang aktif sebanyak 9 responden atau sebesar 10%. Banyaknya responden yang menggunakan aplikasi line diharapkan dapat mewakili responden yang diperlukan dalam penelitian ini.

Karakteristik responden berdasarkan tahun penggunaan aplikasi *Line* disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Penggunaan Aplikasi *Line*

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Tahun 2016	11	13%
2	Tahun 2017	49	56%
3	Tahun 2018	27	31%
Total		87	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.3, diketahui mayoritas responden yang mengisi kuesioner dalam penelitian ini didominasi oleh siswa yang menggunakan aplikasi *Line* sejak tahun 2017 sebanyak 49 responden atau sebesar 56%, siswa yang menggunakan aplikasi *Line* sejak tahun 2018 sebanyak 27 responden atau sebesar 31%, dan siswa yang menggunakan aplikasi *Line* sejak tahun 2016 sebanyak 11 responden atau sebesar 13%.

Karakteristik responden berdasarkan mengakses *Line Today* disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Mengakses *Line Today*

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Aktif	72	83%
2	Kurang Aktif	15	17%
Total		87	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.4, diketahui mayoritas responden yang mengisi kuesioner dalam penelitian ini didominasi oleh siswa yang aktif menggunakan *Line Today* sebanyak 72 responden atau sebesar 83%, sehingga dapat dilakukan penelitian. sedangkan siswa yang kurang aktif menggunakan *Line Today* sebanyak 15 responden atau sebesar 17%.

4.1.2 Uji Instrumen Penelitian

4.1.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukan tingkat kevalidan instrumen penelitian (kuesioner), artinya instrumen dapat digunakan untuk mengukur apa

yang seharusnya diukur[52]. Keputusan pada sebuah item pertanyaan dapat dianggap valid apabila r_{hitung} (koefisien korelasi *pearson*) > r_{tabel} (0.175). Uji validitas menggunakan metode *pearson product moment* dengan program SPSS versi 20.

Untuk mengetahui item pernyataan kuesioner pada variabel nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* (variabel X) dinyatakan valid atau tidak valid disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.5

Uji Validitas Nilai Berita Pada Konten-Konten Berita di *Line Today* Tahap I (Variabel X)

Nilai Berita *Line Today* (X)		**r_{hitung}**	**r_{tabel}**	**Keterangan**
Pert.1_X	*Pearson Correlation*	0.524**	0.175	Valid
Pert.2_ X	*Pearson Correlation*	0.547**	0.175	Valid
Pert.3_ X	*Pearson Correlation*	0.410**	0.175	Valid
Pert.4_ X	*Pearson Correlation*	0.109	0.175	Tidak Valid
Pert.5_ X	*Pearson Correlation*	0.192**	0.175	Valid
Pert.6_ X	*Pearson Correlation*	0.457**	0.175	Valid
Pert.7_ X	*Pearson Correlation*	0.530**	0.175	Valid
Pert.8_ X	*Pearson Correlation*	0.167	0.175	Tidak Valid
Pert.9_ X	*Pearson Correlation*	0.507**	0.175	Valid
Pert.10_ X	*Pearson Correlation*	0.471**	0.175	Valid
Pert.11_ X	*Pearson Correlation*	0.136	0.175	Tidak Valid
Pert.12_ X	*Pearson Correlation*	0.428**	0.175	Valid
Pert.13_ X	*Pearson Correlation*	0.460**	0.175	Valid
Pert.14_ X	*Pearson Correlation*	0.002	0.175	Tidak Valid
Pert.15_ X	*Pearson Correlation*	0.524**	0.175	Valid
Pert.16_ X	*Pearson Correlation*	0.618**	0.175	Valid

Sumber: *Output* SPSS versi 20, 2018

[52] Abdurahman Muhidin. 2007. *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur Dalam Penelitian.* Bandung. Pustaka Setia. Hal. 37

Berdasarkan tabel 4.5, diketahui dari 16 item pernyataan kuesioner pada variabel nilai berita *line today* (variabel X) terdapat sebanyak 12 item pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.175) yang ditandai dengan tanda bintang ganda, menunjukkan item pernyataan tersebut dikatakan "valid". Selain itu, ditemukan sebanyak 4 item pernyataan dengan nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ (0.175), menunjukkan item pernyataan tersebut dikatakan "tidak valid".

Kemudian apabila terdapat item pernyataan yang tidak valid maka dapat diambil tindakan dengan menghapus item pernyataan atau melakukan perbaikan isi dari item pernyataan dengan yang lain dan kemudian disebarkan kembali[53]. Berdasarkan rujukan tersebut, peneliti mengambil tindakan menghapus item pernyataan yang tidak valid guna efesiensi langkah-langkah penelitian berikutnya.

Kemudian setelah diambil tindakan menghapus item pernyataan yang tidak valid, maka hasil pengujian validitas tahap II pada item pernyataan variabel nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* (variabel X) disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.6

Uji Validitas Nilai Berita Pada Konten-Konten Berita di *Line Today* Tahap II (Variabel X)

Nilai Berita *Line Today* (X)		**r_{hitung}**	**r_{tabel}**	**Keterangan**
Pert.1_X	*Pearson Correlation*	0.567**	0.175	Valid
Pert.2_ X	*Pearson Correlation*	0.550**	0.175	Valid
Pert.3_ X	*Pearson Correlation*	0.458**	0.175	Valid
Pert.5_ X	*Pearson Correlation*	0.190**	0.175	Valid
Pert.6_ X	*Pearson Correlation*	0.461**	0.175	Valid

[53] Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung. Alfabeta. Hal. 177

Pert.7_ X	*Pearson Correlation*	0.572**	0.175	Valid
Pert.9_ X	*Pearson Correlation*	0.509**	0.175	Valid
Pert.10_ X	*Pearson Correlation*	0.508**	0.175	Valid
Pert.12_ X	*Pearson Correlation*	0.470**	0.175	Valid
Pert.13_ X	*Pearson Correlation*	0.465**	0.175	Valid
Pert.15_ X	*Pearson Correlation*	0.565**	0.175	Valid
Pert.16_ X	*Pearson Correlation*	0.591**	0.175	Valid

Sumber: *Output* SPSS versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.6, diketahui hasil uji validitas tahap II menunjukkan seluruh item pernyataan, yakni sebanyak 12 item pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.175) yang ditandai dengan tanda bintang ganda, menunjukkan bahwa item pernyataan tersebut dikatakan valid. Dengan demikian, semua item pernyataan variabel nilai berita *line today* (variabel X) dikatakan valid.

Untuk mengetahui item pernyataan kuesioner pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi (variabel Y) dinyatakan valid atau tidak valid disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.7

Uji Validitas Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tahap I (Variabel Y)

Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)		**r_{hitung}**	**r_{tabel}**	**Keterangan**
Pert.1_Y	*Pearson Correlation*	0.381**	0.175	Valid
Pert.2_Y	*Pearson Correlation*	0.061	0.175	Tidak Valid
Pert.3_Y	*Pearson Correlation*	0.471**	0.175	Valid
Pert.4_Y	*Pearson Correlation*	0.551**	0.175	Valid
Pert.5_Y	*Pearson Correlation*	0.500**	0.175	Valid
Pert.6_Y	*Pearson Correlation*	0.048	0.175	Tidak Valid
Pert.7_Y	*Pearson Correlation*	0.437**	0.175	Valid
Pert.8_Y	*Pearson Correlation*	0.452**	0.175	Valid

Pert.9_Y	*Pearson Correlation*	0.025	0.175	Tidak Valid
Pert.10_Y	*Pearson Correlation*	0.490**	0.175	Valid
Pert.11_Y	*Pearson Correlation*	0.487**	0.175	Valid
Pert.12_Y	*Pearson Correlation*	-0.160	0.175	Tidak Valid
Pert.13_Y	*Pearson Correlation*	0.500**	0.175	Valid
Pert.14_Y	*Pearson Correlation*	0.515**	0.175	Valid
Pert.15_Y	*Pearson Correlation*	0.414**	0.175	Valid
Pert.16_Y	*Pearson Correlation*	0.445**	0.175	Valid

Sumber: *Output* SPSS versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.7, diketahui dari 16 item pernyataan kuesioner pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi (variabel Y) terdapat sebanyak 12 item pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.175) yang ditandai dengan tanda bintang ganda, menunjukkan item pernyataan tersebut dikatakan "valid". Selain itu, ditemukan sebanyak 4 item pernyataan yang memiliki nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ (0.175), menunjukkan item pernyataan tersebut dikatakan "tidak valid".

Kemudian setelah diambil tindakan menghapus item pernyataan yang tidak valid, maka hasil pengujian validitas tahap II pada item pernyataan variabel pemenuhan kebutuhan informasi (variabel Y) disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.8

Uji Validitas Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tahap II (Variabel Y)

Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)		r_{hitung}	r_{tabel}	**Keterangan**
Pert.1_Y	*Pearson Correlation*	0.392**	0.175	Valid
Pert.3_Y	*Pearson Correlation*	0.459**	0.175	Valid
Pert.4_Y	*Pearson Correlation*	0.590**	0.175	Valid
Pert.5_Y	*Pearson Correlation*	0.490**	0.175	Valid
Pert.7_Y	*Pearson Correlation*	0.402**	0.175	Valid
Pert.8_Y	*Pearson Correlation*	0.522**	0.175	Valid

Pert.10_Y	*Pearson Correlation*	0.498**	0.175	Valid
Pert.11_Y	*Pearson Correlation*	0.587**	0.175	Valid
Pert.13_Y	*Pearson Correlation*	0.544**	0.175	Valid
Pert.14_Y	*Pearson Correlation*	0.543**	0.175	Valid
Pert.15_Y	*Pearson Correlation*	0.436**	0.175	Valid
Pert.16_Y	*Pearson Correlation*	0.449**	0.175	Valid

Sumber: *Output SPSS* versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.8, diketahui setelah dilakukan tindakan menghapus item pernyataan yang tidak valid maka hasil uji validitas tahap II menunjukkan seluruh item pernyataan, yakni sebanyak 12 item pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.175) yang ditandai dengan tanda bintang ganda, menunjukkan bahwa item pernyataan tersebut dikatakan valid. Dengan demikian, semua item pernyataan variabel pemenuhan kebutuhan informasi (variabel Y) dikatakan valid.

4.1.2.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, handal dan konsisten dalam pengukuran. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan internal konsistensi menggunakan *Alpha Cronbach*. Jika nilai *cronbach alpha* > 0,70 maka instrumen dikatakan reliabel[54].

Hasil pengujian realibilitas instrumen penelitian atau kuesioner pada variabel nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* (variabel X) disajikan pada tabel berikut :

[54] Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro. Hal. 48

Tabel 4.9

Uji Reliabilitas Nilai Berita *Line Today* (Variabel X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	12

Sumber: *Output* SPSS versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.9, diketahui nilai *Cronbach's Alpha* variabel nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* (variabel X) memperoleh nilai sebesar 0.716, sehingga kuesioner disebut reliabel karena nilai *cronbach alpha* (0.716) > 0.7.

Selain itu, hasil pengujian realibilitas instrumen penelitian atau kuesioner pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi (variabel Y) disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.10

Uji Reliabilitas Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Variabel Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	12

Sumber: *Output* SPSS versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.10, diketahui nilai *Cronbach's Alpha* variabel pemenuhan kebutuhan informasi (variabel Y) memperoleh nilai sebesar 0.716, sehingga kuesioner disebut reliabel karena nilai *cronbach alpha* (0.716) > 0.7. Dengan demikian, instrumen penelitian atau kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

4.1.2.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, *dependent variable* dan *independent variable* keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal[55]. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Jika nilai *Asymptotic Sig.* (2-*tailed*) > *alpha* (0.05), maka data dinyatakan berasal dari populasi berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas data penelitian disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.11

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		87
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	4.92223600
Most Extreme Differences	Absolute	.130
	Positive	.071
	Negative	-.130
Kolmogorov-Smirnov Z		1.215
Asymp. Sig. (2-tailed)		.104

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Sumber: *Output* SPSS versi 20, 2018

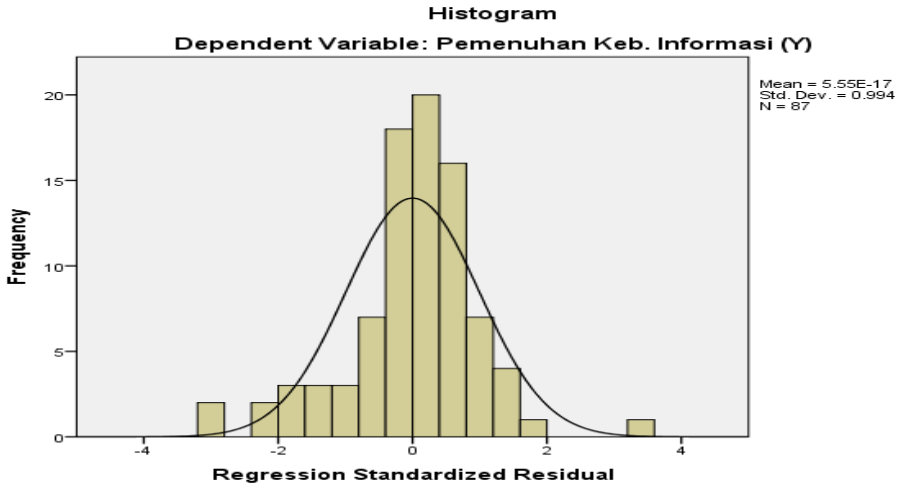
Berdasarkan tabel 4.11, diketahui normalitas data ditunjukkan dari nilai *Asymp. Sig* (2-*tailed*) sebesar 0.104. Apabila nilai *Asym.Sig*. (2-*tailed*) sebesar 0.104 ≥ *alpha* (0.05), maka dapat dinyatakan data penelitian berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

[55] *Ibid*, Hal. 105

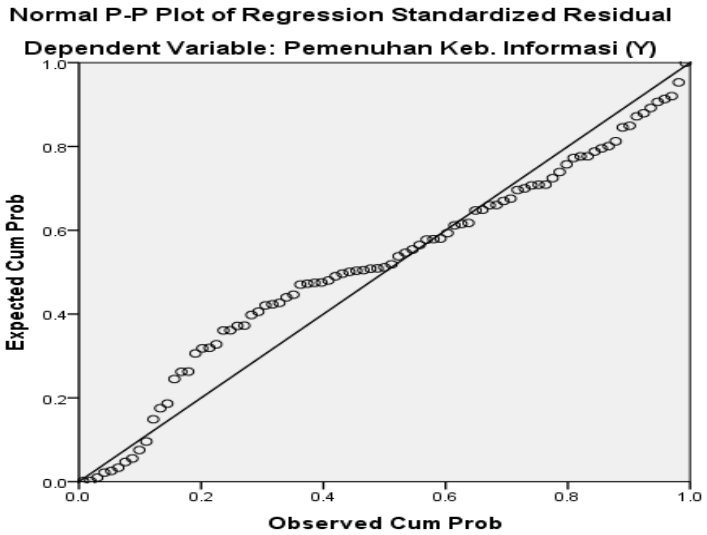
Selain itu, uji normalitas data dapat pula dideteksi dengan melihat kurva Histogram dan kurva Normal PP – Plot yang disajikan pada gambar berikut :

Gambar 4.1

Kurva Histogram



Kurva Normal P-P Plot



Berdasarkan gambar 4.1 dan gambar 4.2, diketahui bahwa kurva histogram dan kurva PP – Plot menunjukkan data menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal meski terdapat beberapa data tidak

bersinggungan dengan garis diagonal, maka dapat dinyatakan data penelitian memenuhi asumsi normalitas[56].

4.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Nilai Berita *Line Today*

Data responden yang telah melakukan pengisian kuesioner dari variabel nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* (variabel X) diuraikan dengan statistik deskriptif. Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui frekuensi serta persentase atas jawaban yang diberikan oleh responden pada tiap item pernyataan. Variabel nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* (variabel X) terdiri dari 12 item pernyataan yang telah dinyatakan valid dengan responden sebanyak 87 orang.

Setiap item pertanyaan terdapat jawaban yang bernilai positif dan jawaban yang bernilai negatif. Jawaban bernilai positif terdiri dari jawaban Sangat Setuju dan Setuju, sementara jawaban bernilai negatif terdiri dari jawaban Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju.

Penilaian mengenai pengaruh nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* terdiri dari 10 indikator. Sepuluh indikator tersebut dikembangkan menjadi 12 pernyataan.

Tanggapan responden mengenai berita di *Line Today* memuat peristiwa atau kejadian yang baru terjadi atau berita terkini disajikan pada tabel berikut:

---

[56] *Ibid*, Hal. 105

Tabel 4.12

Tanggapan Responden Mengenai Berita *Line Today* Memuat Peristiwa Yang Baru Terjadi

P1_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	22	25.3	25.3	25.3
Setuju	37	42.5	42.5	67.8
Tidak Setuju	17	19.5	19.5	87.4
Sangat Tidak Setuju	11	12.6	12.6	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.12, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 22 responden atau sebesar 25.3%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 37 responden atau sebesar 42.5%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 17 responden atau sebesar 19.5% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 11 responden atau sebesar 12.6%.

Hal ini dapat menunjukan bahwa mayoritas responden merasa setuju dengan pernyataan *Line Today* memuat peristiwa yang baru terjadi. Melihat penyebaran informasi-informasi terkini yang dimuat *Line Today* memang sangatlah cepat. Sehingga responden dapat mengetahu berita terbaru yang sedang terjadi.

Tanggapan responden mengenai berita di *Line today* memuat hal peristiwa yang terjadi di sekitar disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.13

Tanggapan Responden Mengenai *Line Today* Memuat Peristiwa Yang Terjadi di Sekitar

P2_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	15	17.2	17.2	17.2
Setuju	46	52.9	52.9	70.1
Tidak Setuju	14	16.1	16.1	86.2
Sangat Tidak Setuju	12	13.8	13.8	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.13, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 15 responden atau sebesar 17.2%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 46 responden atau sebesar 52.9%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 14 responden atau sebesar 16.1% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 12 responden atau sebesar 13.8%.

Berdasarkan data di atas, diperoleh tanggapan responden terbanyak ialah setuju Line Today memuat peristiwa yang terjadi disekitar. *Line Today* yang memiliki beberapa kolom berita dan menghimpun berita dari berbagai sumber menjadikan *Line Today* memuat berita-berita dari berbagai daerah, profesi, dan kalangan. Maka dilihat dari hasil kuesioner responden yang lebih banyak menyatakan setuju, menunjukan *Line Today* memuat peristiwa yang terjadi disekitar responden.

Tanggapan responden mengenai berita di *Line Today* memuat tempat-tempat yang populer atau dikenali responden disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.14

Tanggapan Responden Mengenai Berita *Line Today* Memuat Tempat-Tempat Yang Populer

P3_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	16	18.4	18.4	18.4
Setuju	44	50.6	50.6	69.0
Tidak Setuju	12	13.8	13.8	82.8
Sangat Tidak Setuju	15	17.2	17.2	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.14, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 16 responden atau sebesar 18.4%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 44 responden atau sebesar 50.6%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 12 responden atau sebesar 13.8% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 15 responden atau sebesar 17.2%.

Berdasarkan data di atas, diperoleh tanggapan responden terbanyak ialah setuju Line Today memuat tempat-tempat terkenal. *Line Today* yang memeiliki kolom lifestyle yang menampilkan gaya hidup memuat beberapa berita mengenai tempat wisata yang dapat menjadi rekomendasi para pembaca. Selain itu, berita tentang treveling yang dimuat juga menampilkan tujuan-tujuan wisata yang sering dikunjungi oleh masyarakat. Sehingga dilihat dari hasil kuesioner responden lebih banyak menyatakan setuju *Line Today* memuat tempat-tempat popular.

Tanggapan responden mengenai berita di *Line Today* menggunakan istilah yang menarik disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.15

Tanggapan Responden Mengenai Berita *Line Today* Menggunakan Istilah Yang Menarik

P5_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	12	13.8	13.8	13.8
Setuju	50	57.5	57.5	71.3
Tidak Setuju	14	16.1	16.1	87.4
Sangat Tidak Setuju	11	12.6	12.6	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.15, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 12 responden atau sebesar 13.8%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 50 responden atau sebesar 57.5%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 14 responden atau sebesar 16.1% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 11 responden atau sebesar 12.6%.

Berdasarkan data diatas, diperoleh tanggapan responden terbanyak ialah setuju *Line Today* menggunakan istilah yang menarik. Pemeberitaan yang dimuat dalam *Line Today* memuat bahasa-bahasa terkini yang ada di masyarakat. Bahasa terkini itulah yang menjadi menarik untuk pembaca.

Tanggapan responden mengenai berita di *Line Today* menggunakan penjelasan yang ringkas atau mudah di mengerti disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.16
Tanggapan Responden Mengenai Berita *Line Today* Menggunakan Penjelasan Yang Ringkas Atau Mudah Di Mengerti

P6_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	13	14.9	14.9	14.9
Setuju	43	49.4	49.4	64.4
Tidak Setuju	15	17.2	17.2	81.6
Sangat Tidak Setuju	16	18.4	18.4	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.16, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 13 responden atau sebesar 14.9%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 43 responden atau sebesar 49.4%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 15 responden atau sebesar 17.2% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 16 responden atau sebesar 18.4%.

Berdasarkan data diatas, diperolrh tanggapan responden terbanyak ialah setuju pemberitaa yang ada di *Line Today* menggunakan penjelasan yang ringkas atau mudah dimengerti, melihat berita yang tersaji adalah berita media online.

Tanggapan responden mengenai berita di *Line Today* menarik anda untuk mengaksesnya disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.17
Tanggapan Responden Mengenai Berita *Line Today* Menarik Untuk Diakses

P7_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	10	11.5	11.5	11.5
Setuju	48	55.2	55.2	66.7
Tidak Setuju	15	17.2	17.2	83.9
Sangat Tidak Setuju	14	16.1	16.1	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.17, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 10 responden atau sebesar 11.5%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 48 responden atau sebesar 55.2%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 15 responden atau sebesar 17.2% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 14 responden atau sebesar 16.1%.

Berdasarkan data diatas, diperoleh tanggapan responden terbanyak ialah setuju pemberitaan di *Line Today* menarik untuk diakses. Pemeberitaan *Line Today* yang memuat berbagai macam kolom menjadi daya tarik untuk pembaca. Sehingga dilihat dari hasil kuesioner lebih banyak mengatakan setuju *Line Today* menarik untuk diakses.

Tanggapan responden mengenai berita di *Line Today* menimbulkan dampak bagi kehidupan sosial Anda disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.18

Tanggapan Responden Mengenai Berita *Line Today* Menimbulkan Dampak Bagi Kehidupan Sosial Anda

P9_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	8	9.2	9.2	9.2
Setuju	53	60.9	60.9	70.1
Tidak Setuju	9	10.3	10.3	80.5
Sangat Tidak Setuju	17	19.5	19.5	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.18, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 8 responden atau sebesar 9.2%, responden yang

menyatakan setuju sebanyak 53 responden atau sebesar 60.9%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 9 responden atau sebesar 10.3% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 17 responden atau sebesar 19.5%.

Bedasarkan data diatas, diperoleh tanggapan responden terbanyak setuju *Line Today* menimbulkan dampak bagi kehidupan sosial. *Line Today* yang memuat berbagai pemberitaan memiliki dampak bagi kehidupan sosial, dilihat dari banyak responeden setuju pada hasil kuesioner.

Tanggapan responden mengenai berita di *Line today* memuat peristiwa konflik disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.19

Tanggapan Responden Mengenai Berita *Line Today* Memuat Peristiwa Konflik

P10_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	18	20.7	20.7	20.7
Setuju	37	42.5	42.5	63.2
Tidak Setuju	17	19.5	19.5	82.8
Sangat Tidak Setuju	15	17.2	17.2	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.19, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 responden atau sebesar 20.7%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 37 responden atau sebesar 42.5%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 17 responden atau sebesar 19.5% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 15 responden atau sebesar 17.2%.

Berdasarkan data diatas, diperoleh tanggapan reponden terbanyak ialah setuju *Line Today* memuat peristiwa konflik. *Line Today* memuat pemberitaan yang sedang terjadi, yang tak luput juga pemberitaan konflik yang sedang terjadi.

Tanggapan responden mengenai berita di *Line Today* memuat peristiwa yang tidak biasa terjadi di masyarakat disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.20

Tanggapan Responden Mengenai Berita *Line Today* Memuat Peristiwa Yang Tidak Biasa Terjadi Di Masyarakat

P12_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	9	10.3	10.3	10.3
Setuju	45	51.7	51.7	62.1
Tidak Setuju	15	17.2	17.2	79.3
Sangat Tidak Setuju	18	20.7	20.7	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.20, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 9 responden atau sebesar 10.3%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 45 responden atau sebesar 51.7%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 15 responden atau sebesar 17.2% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 18 responden atau sebesar 20.7%.

Berdasarkan Data diatas, diperoleh tanggapan responden terbanyak ialah setuju *Line Today* memuat peristiwa yang tidak biasa terjadi. *Line Today* memuat pemberitaan unik tengtang hal-hal yang tidak biasa terjadi di masyarakat, ditampilkan dalam kolom *life*.

Tanggapan responden mengenai berita di *Line Today* memuatkan hubungan para selebritas disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.21

Tanggapan Responden Mengenai Berita *Line Today* Memuatkan Hubungan Para Selebritas

P13_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	18	20.7	20.7	20.7
Setuju	34	39.1	39.1	59.8
Tidak Setuju	16	18.4	18.4	78.2
Sangat Tidak Setuju	19	21.8	21.8	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.21, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 responden atau sebesar 20.7%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 34 responden atau sebesar 39.1%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 16 responden atau sebesar 18.4% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 19 responden atau sebesar 21.8%.

Berdasarkan data diatas, diperoleh tanggapan responden terbanyak ialah setuju *Line Today* memuat hubungan para selebritas. *Line Today* memuat pemberitaan para selebritas yang sedang terjadi dalam kolom *showbiz*.

Tanggapan responden mengenai berita di *Line Today* memuat peristiwa yang belum terungkap akhir kasusnya disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.22

Tanggapan Responden Mengenai Berita *Line Today* Memuat Peristiwa Yang Belum Terungkap Akhir Kasusnya

P15_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	20	23.0	23.0	23.0
Setuju	41	47.1	47.1	70.1
Tidak Setuju	10	11.5	11.5	81.6
Sangat Tidak Setuju	16	18.4	18.4	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.22, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 responden atau sebesar 23%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 41 responden atau sebesar 47.1%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 10 responden atau sebesar 11.5% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 16 responden atau sebesar 18.4%.

Berdasarkan data diatas, diperoleh tanggapan responden terbanyak ialah setuju *Line Today* memuat peristiwa yang belum terungkap akhir kasusnya. *Line Today* memuat pemberitaan yang belum terungkap akhir kasusnya dalam kolom *news*.

Tanggapan responden mengenai berita di *Line Today* memuat kelanjutan sebuah peristiwa yang belum selesai disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.23

Tanggapan Responden Mengenai Berita *Line Today* Memuat Kelanjutan Peristiwa Atau Kejadian Sebelumnya Yang Belum Selesai

P16_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	20	23.0	23.0	23.0
Setuju	39	44.8	44.8	67.8
Tidak Setuju	12	13.8	13.8	81.6
Sangat Tidak Setuju	16	18.4	18.4	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.23, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 responden atau sebesar 23%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 39 responden atau sebesar 44.8%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 12 responden atau sebesar 13.8% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 16 responden atau sebesar 18.4%.

Berdasarkan data diatas, diperoleh tanggapan responden terbanyak ialah setuju *Line Today* memuat kelanjutan peristiwa atau kejadian sebelumnya yang belim selesai. *Line Today* dalam kolom news menampilkan berita yang sedang terjadi dan kelanjutan berita dari sebuah peristiwa.

Akumulasi tanggapan responden atas item pernyataan kuesioner pada variabel nilai berita *Line Today* (variabel X) disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.24

Akumulasi Tanggapan Responden Mengenai Nilai Berita *Line Today*

(Variabel X)

No	Deskriptor Pertanyaan	Bobot Skala Likert				Skor Aktual
		STS	TS	S	SS	
P1	Berita di *Line Today* memuat peristiwa/kejadian yang baru terjadi atau berita terkini	11	17	37	22	244
P2	Berita di *Line Today* memuat hal peristiwa yang terjadi di sekitar Anda	12	14	46	15	238
P3	Berita di *Line Today* memuat tempat-tempat yang populer atau dikenali responden	15	12	44	16	235
P5	Berita di *Line Today* menggunakan istilah yang menarik	11	14	50	12	237
P6	Berita di *Line Today* menggunakan penjelasan yang ringkas atau mudah di mengerti	16	15	43	13	227
P7	Berita di *Line Today* menarik anda untuk mengaksesnya	14	15	48	10	228
P9	Berita di *Line Today* menimbulkan dampak bagi kehidupan sosial Anda	17	9	53	8	226
P10	Berita di *Line Today* memuat peristiwa konflik	15	17	37	18	232
P12	Berita di *Line Today* memuat peristiwa yang tidak biasa terjadi di masyarakat	18	15	45	9	219
P13	Berita di *Line* hubungan para selebritas	19	16	34	18	225
P15	Berita di *Line Today* memuat peristiwa yang belum terungkap akhir kasusnya	16	10	41	20	239
P16	Berita di *Line Today* memuat kelanjutan sebuah peristiwa/kejadian sebelumnya yang belum selesai	16	12	39	20	237
Total		**180**	**166**	**517**	**181**	**2.787**

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.24, diketahui indikator yang memiliki skor terendah sebesar 219 pada item pernyataan berita di *Line Today* memuat peristiwa yang tidak biasa terjadi di masyarakat. Skor tertinggi sebesar 239 pada item pernyataan berita di *Line Today* memuat peristiwa yang belum terungkap akhir kasusnya.

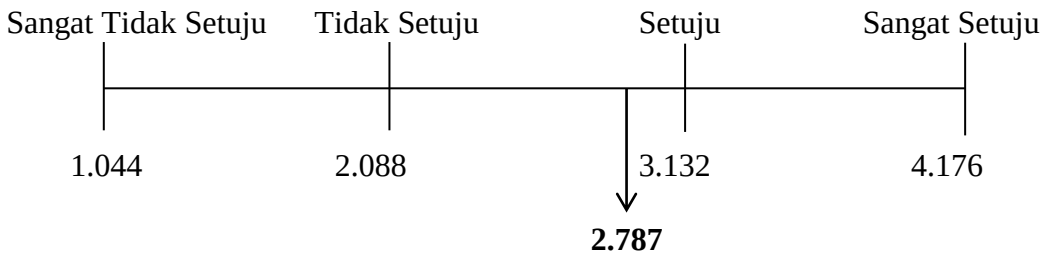
Untuk lebih jelasnya bagaimana tanggapan responden pada variabel nilai berita *Line Today* (variabel X) akan dianalisis berdasarkan hasil skoring jawaban dari responden sebagai berikut :

Skor sebesar 180 untuk yang menjawab STS	=	180 x 1	= 180
Skor sebesar 166 untuk yang menjawab TS	=	166 x 2	= 332
Skor sebesar 517 untuk yang menjawab S	=	517 x 3	= 1.551
Skor sebesar 181 untuk yang menjawab SS	=	181 x 4	= 724
		Jumlah	**= 2.787**

Jumlah skor tertinggi = 4 x 12 x 87 = 4.176

Jumlah skor terendah = 1 x 12 x 87 = 1.044

Pengukuran variabel secara kontinum[57] pada variabel nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* (variabel X) dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4.3 Penilaian Nilai Berita *Line Today* Secara Kontinum

Berdasarkan data yang diperoleh dari 87 responden, maka total skor aktual sebesar 2.787 menunjukkan penilaian nilai berita pada konten-konten berita di

[57] Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung. Alfabeta. Hal. 56

Line Today menurut tanggapan responden dalam penelitian ini mendekati kategori penilaian setuju.

4.1.4 Tanggapan Responden Mengenai Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Data responden yang telah melakukan pengisian kuesioner dari variabel pemenuhan kebutuhan informasi (variabel Y) diuraikan dengan statistik deskriptif. Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui frekuensi serta persentase atas jawaban yang diberikan oleh responden pada tiap item pernyataan. Variabel pemenuhan kebutuhan informasi (variabel Y) terdiri dari 12 item pernyataan yang telah dinyatakan valid dengan responden sebanyak 87 orang.

Tanggapan responden mengenai melalui *Line Today* dapat mengetahui berbagai peristiwa yang terjadi di lingkungan masyarakat disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.25

Tanggapan Responden Mengenai Melalui *Line Today* Dapat Mengetahui Berbagai Peristiwa Yang Terjadi di Lingkungan Masyarakat

P1_Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	8	9.2	9.2	9.2
Setuju	50	57.5	57.5	66.7
Tidak Setuju	10	11.5	11.5	78.2
Sangat Tidak Setuju	19	21.8	21.8	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.25, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 8 responden atau sebesar 9.2%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 50 responden atau sebesar 57.5%, responden yang

menyatakan tidak setuju sebanyak 10 responden atau sebesar 11.5% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 19 responden atau sebesar 21.8%.

Berdasarkan data diatas, diperoleh tanggapan terbanyak ialah setuju melalui *Line Today* dapat mengetahui berbagai peristiwa yang terjadi di lingkungan masyarakat. Dalam model teori *uses and gratification* tentang kebutuhan terdapat kebutuhan kognitif dimana kebutuhan yang berkaitan dengan pemenuhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan.[58] Selain itu fungsi media masa menurut Harold D. Laswell mengenai mengapa masyarakat menggunakan media adalah salah satunya media berfungsi untuk memeberitahu masyarakat mengenai apa yang terjadi disekitar mereka.[59] Hasil yang didapat menunjukan melalu *Line Today* dapat mengetahuai berbagai peristiwa yang terjadi dilingkungan masyarakat di kalangan Remaja..

Tanggapan responden mengenai melalui *Line Today* dapat memahami pemberitaan yang sedang terjadi disajikan pada tabel berikut

Tabel 4.26
Tanggapan Responden Mengenai Melalui *Line Today* Dapat Memahami Pemberitaan Yang Sedang Terjadi

P3_Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	2	2.3	2.3	2.3
Setuju	59	67.8	67.8	70.1
Tidak Setuju	9	10.3	10.3	80.5
Sangat Tidak Setuju	17	19.5	19.5	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

[58] Onong Uchjana Effendy. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti.Hal. 294.
[59] Morissan. 2013. Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa. Jakarta. PT. Kencana Perdana Group. 508-513

Berdasarkan tabel 4.26, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 2 responden atau sebesar 2.3%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 59 responden atau sebesar 67.8%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 9 responden atau sebesar 10.3% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 17 responden atau sebesar 19.5%.

Berdasarkan data diatas, diperoleh tanggapan responden terbanyak ialah setuju melalui *Line Today* dapat memahami pemberitaan yang sedang terjadi. Sesuai dengan kebutuhan kognitif yang ada dalam model teori *uses and gratification* dimana pemenuhan informasi yang berkaitan dengan pemenuhan informasi, pengetahuan dan pemehaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasari pada rasa penasaran dan dorongan untuk penyelidikan.[60]

Berdasarkan karakteristik pemberitaan media cetak maupun online yang menggunakan bahsa yang ringkas dan lugas membantu pembaca memahami isi berita. Hasil yang didapat menunjukan melalui *Line Today* dapat memahami pemberitaan yang sedang terjadi.

Tanggapan responden mengenai melalui *Line Today* dapat menambah informasi disajikan pada tabel berikut :

[60] Onong Uchjana Effendy. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti.Hal. 294.

Tabel 4.27

Tanggapan Responden Mengenai Melalui *Line Today* Dapat Menambah Informasi

P4_Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	6	6.9	6.9	6.9
Setuju	57	65.5	65.5	72.4
Tidak Setuju	13	14.9	14.9	87.4
Sangat Tidak Setuju	11	12.6	12.6	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.27, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 6 responden atau sebesar 6.9%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 57 responden atau sebesar 65.5%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 13 responden atau sebesar 14.9% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 11 responden atau sebesar 12.6%.

Berdasarkan data diatas, diperoleh tanggapan terbanyak ialah setuju melalui *Line Today* dapat menambah informasi. Dalam model teori *uses and gratification* tentang kebutuhan terdapat kebutuhan kognitif dimana kebutuhan yang berkaitan dengan pemenuhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan.[61]

Abraham Maslow memberikan hirarki kebutuhan manusia menjadi lima tingkatan salah satunya adalah Kebutuhan fisiologis, kebutuhan ini berkaitan dengan pemenuhan lahiriah, seperti sandang, pangan, papan.Kebutuhan fisiologis merupakan aspek paling mendasar yang diperlakukan manusia untuk dapat

[61] Onong Uchjana Effendy. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti.Hal. 294.

melangsungkan hidupnya. Informasi menjadi salah satu kebutuhan dasar bagi manusia untuk melangsungkan kehidupan manusia.[62] Hasil yang didapat menunjukan melalu *Line Today* dapat menambah informasi.

Tanggapan responden mengenai ketertarikan karena keberagaman informasi dari berita yang dimuat di *Line Today* disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.28

Tanggapan Responden Mengenai Ketertarikan Karena Keberagaman Informasi Dari Berita Yang Dimuat di *Line Today*

P5_Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	9	10.3	10.3	10.3
Setuju	57	65.5	65.5	75.9
Tidak Setuju	12	13.8	13.8	89.7
Sangat Tidak Setuju	9	10.3	10.3	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.28, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 9 responden atau sebesar 10.3%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 57 responden atau sebesar 65.5%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 12 responden atau sebesar 13.8% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 9 responden atau sebesar 10.3%.

Berdasarkan data di atas, diperoleh tanggapan terbanyak ialah setuju *Line Tod*ay memiliki ketertarikan karena keberagaman informasi berita yang dimuat di Line Today. Dalam model teori *uses and gratification* tentang kebutuhan terdapat

[62] Jalaludin Rakhmat.2005.Psikologi Komunikasi.Bandung:PT Remaja Rosdakarya.Hal.37

kebutuhan afektif dimana kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional.[63]

Katz, Blumer dan Gurevitch (1974) mengemukakan asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori penggunaan dan kepuasan salah satunya ialah audiensi sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif dan penggunaan media. Kesadaran diri yang cukup akan adanya ketertarikan dan motif yang muncul dalam diri yang dilanjutkan dengan penggunaan media memungkinkan peneliti mendapat gambaran yang tepat mengenai penggunaan media oleh audiensi. Audiensi melakukan secara sadar terhadap media tertentu yang akan digunakannya. [64] Hasil yang didapat menunjukan ketertarikan karena keberagaman informasi berita yang dimuat.

Tanggapan responden mengenai merasa puas akan keberagaman informasi berita yang dimuat di *Line Today* disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.29

Tanggapan Responden Mengenai Merasa Puas Akan Keberagaman Informasi Berita Yang Dimuat di *Line Today*

P7_Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	5	5.7	5.7	5.7
Setuju	55	63.2	63.2	69.0
Tidak Setuju	12	13.8	13.8	82.8
Sangat Tidak Setuju	15	17.2	17.2	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20,

[63] Onong Uchjana Effendy. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti.Hal. 294.
[64] Morissan. 2013. Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa. Jakarta. PT. Kencana Perdana Group. 508-513

Berdasarkan tabel 4.29, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 5 responden atau sebesar 5.7%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 55 responden atau sebesar 63.2%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 12 responden atau sebesar 13.8% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 15 responden atau sebesar 17.2%.

Berdasarkan data di atas, diperoleh tanggapan terbanyak ialah setuju merasa puas akan keberagaman informasi berita yang dimuat di *Line Today*. Dalam model teori uses and gratification tentang kebutuhan terdapat kebutuhan afektif dimana kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional.[65]

Katz, Blumer dan Gurevitch (1974) mengemukakan asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori penggunaan dan kepuasan salah satunya ialah inisiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan audiensi. Asumsi ini berhubungan dengan kebutuhan terhadap kepuasan yang dihubungkan dengan pilihan media tertentu yang ditentukan audiensi sendiri. Karena sifatnya yang aktif maka audiensi mengambil inisiatif.[66] Hasil yang didapat menunjukan merasa puas akan keberagaman informasi berita yang dimuat di *Line Today*.

Tanggapan responden mengenai merasa puas akan kelengkapam informasi berita yang dimuat di *Line Today* disajikan pada tabel berikut :

---

[65] Onong Uchjana Effendy. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti.Hal. 294.
[66] Morissan. 2013. Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa. Jakarta. PT. Kencana Perdana Group. 508-513

Tabel 4.30

Tanggapan Responden Mengenai Merasa Puas Akan Kelengkapan Informasi Berita Yang Dimuat di *Line Today*

P8_Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	2	2.3	2.3	2.3
Setuju	52	59.8	59.8	62.1
Tidak Setuju	9	10.3	10.3	72.4
Sangat Tidak Setuju	24	27.6	27.6	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.30, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 2 responden atau sebesar 2.3%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 52 responden atau sebesar 59.8%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 9 responden atau sebesar 10.3% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 24 responden atau sebesar 27.6%.

Berdasarkan data di atas, diperoleh tanggapan terbanyak ialah setuju merasa puas akan kelengkapan informasi berita yang dimuat di *Line Today*. Dalam model teori *uses and gratification* tentang kebutuhan terdapat kebutuhan afektif dimana kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional.[67]

Katz, Blumer dan Gurevitch (1974) mengemukakan asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori penggunaan dan kepuasan salah satunya ialah Media bersaing dengan sumber kepuasan lain. Media dan audiensi tidak berada dalam ruang hampa yang tidak menerima pengaruh apa-apa. Keduanya menjadi bagian masyarakat yang lebih luas, dan hubungan antara media dan audiensi dipengaruhi

[67] Onong Uchjana Effendy. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti.Hal. 294.

oleh masyarakat. Media bersaing dengan bentuk-bentuk komunikasi lainya dalam hal pilihan, perhatian dan penggunaan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan seseorang.[68] Hasil yang didapat menunjukan merasa puas akan kelengkapan informasi berita yang dimuat di *Line Today*.

Tanggapan responden mengenai dapat lebih menjalankan peran setelah membaca informasi di Line Today disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.31

Tanggapan Responden Mengenai Dapat Menjalankan Peran Setelah Membaca Informasi di *Line Today*

P10_Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	3	3.4	3.4	3.4
Setuju	59	67.8	67.8	71.3
Tidak Setuju	11	12.6	12.6	83.9
Sangat Tidak Setuju	14	16.1	16.1	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.31, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 3 responden atau sebesar 3.4%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 59 responden atau sebesar 67.8%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 11 responden atau sebesar 12.6% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 14 responden atau sebesar 16.1%.

Berdasarkan data di atas, diperoleh tanggapan terbanyak ialah setuju dapat lebih menjalankan peran saya setelah membaca informasi di *Line Today*. Dalam model teori uses and gratification tentang kebutuhan terdapat kebutuhan pribadi

[68] Morissan. 2013. Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa. Jakarta. PT. Kencana Perdana Group. 508-513

secara integratif dimana kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri.[69]

Abraham Maslow memberikan hirarki kebutuhan manusia menjadi lima tingkatan, salah satunya antara lain, Kebutuhan pemenuhan diri (*self actualization*) yaitu pemenuhan diri dapat dimaknakan sebagai kebutuhan seseorang untuk memberikan kontribusi kepada lingkungan.Dari sini seseorang memiliki pandangan yang lebih jauh mengenai kehidupan, dimana mereka tidak lagi hanya memikirkan bagaimana untuk dapat melanjutkan hidup, melainkan bagaimana meningkatkan kualitas hidup.[70] Hasil yang didapat menunjukan dapat lebih menjalankan peran setelah membaca informasi di *Line Today*.

Tanggapan responden mengenai melalui *Line Today* dapat bertukar pendapat dengan orang lain di kolom komentar disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.32

Tanggapan Responden Mengenai Melalui Line Today Dapat Bertukar Pendapat Dengan Orang Lain di Kolom Komentar

P11_Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	5	5.7	5.7	5.7
Setuju	59	67.8	67.8	73.6
Tidak Setuju	13	14.9	14.9	88.5
Sangat Tidak Setuju	10	11.5	11.5	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

[69] Onong Uchjana Effendy. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti.Hal. 294.

[70] Jalaludin Rakhmat.2005.Psikologi Komunikasi.Bandung:PT Remaja Rosdakarya.Hal.37

Berdasarkan tabel 4.32, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 5 responden atau sebesar 5.7%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 59 responden atau sebesar 67.8%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 13 responden atau sebesar 14.9% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 10 responden atau sebesar 11.5%.

Berdasarkan data di atas, diperoleh tanggapan terbanyak ialah setuju melalui *Line Today* dapat bertukar pendapat dengan orang lain di kolom komentar. Dalam model teori uses and gratification tentang kebutuhan terdapat kebutuhan sosial secara integratif dimana kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontakdengan keluarga, teman dan dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi.[71]

Abraham Maslow memberikan hirarki kebutuhan manusia menjadi lima tingkatan, salah satunya adalah kebutuhan akan ketertarikan dan cinta (*belongingness and love needs*). Beberapa menyebut sebagai *social needs*, atau kebutuhan untuk memilii keterikatan serta interaksi sosial. Kebutuhan ini mencakup keinginan untuk bernegoisasi terlibat dalam sebuah kelompok, menjalin persahabatan atau cinta.[72] Hasil yang didapat menunjukan melalui *Line Today* dapat bertukar pendapat dengan orang lain di kolom komentar.

---

[71] Onong Uchjana Effendy. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti.Hal. 294.
[72] Jalaludin Rakhmat.2005.Psikologi Komunikasi.Bandung:PT Remaja Rosdakarya.Hal.37

Tanggapan responden mengenai melalui *Line Today* dapat meningkatkan eksistensi diri di lingkungan sosial disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.33

Tanggapan Responden Mengenai Melalui *Line Today* Dapat Meningkatkan Eksistensi Diri di Lingkungan Sosial

P13_Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	4	4.6	4.6	4.6
Setuju	59	67.8	67.8	72.4
Tidak Setuju	13	14.9	14.9	87.4
Sangat Tidak Setuju	11	12.6	12.6	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.33, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 4 responden atau sebesar 4.6%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 59 responden atau sebesar 67.8%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 13 responden atau sebesar 14.9% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 11 responden atau sebesar 12.6%.

Berdasarkan data di atas, diperoleh tanggapan terbanyak ialah setuju melalui *Line Today* dapat meningkatkan eksistensi diri di lingkungan sosial. Dalam model teori *uses and gratification* tentang kebutuhan terdapat kebutuhan sosial secara integratif dimana kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi.[73]

[73] Onong Uchjana Effendy. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti.Hal. 294.

Abraham Maslow memberikan hirarki kebutuhan manusia menjadi lima tingkatan, salah satunya adalah kebutuhan akan Kebutuhan akan penghargaan (*esteem needs*) yaitu berhubungan dengan kebutuhan manusia untuk mendapat penghormatan atau penghargaan dari orang lain. Kebutuhan ini tidak begitu mendesak bagi manusia.*Esteem needs* dapat berlaku saat seseorang telah memberikan prestasi atau hasil kerja uang bermanfaat bagi suatu masalah.[74] Hasil yang didapat menunjukan melalui *Line Today* dapat meningkatkan eksistensi diri dilingkungan sosial.

Tanggapan responden mengenai membaca *Line Today* Saya dapat menghilangkan kejenuhan disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.34

Tanggapan Responden Mengenai Membaca *Line Today* Dapat Menghilangkan Kejenuhan

P14_Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	6	6.9	6.9	6.9
Setuju	58	66.7	66.7	73.6
Tidak Setuju	17	19.5	19.5	93.1
Sangat Tidak Setuju	6	6.9	6.9	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.34, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 6 responden atau sebesar 6.9%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 58 responden atau sebesar 66.7%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 17 responden atau sebesar 19.5% dan

[74] Jalaludin Rakhmat.2005.Psikologi Komunikasi.Bandung:PT Remaja Rosdakarya.Hal.37

responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 6 responden atau sebesar 6.9%.

Berdasarkan data di atas, diperoleh tanggapan terbanyak ialah setuju membaca Line Today dapat menhilangkan kejenuhan. Dalam model teori uses and gratification tentang kebutuhan terdapat kebutuhan pelepasan dimana adalah kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman.[75] Line Today yang memiliki berbagai kolom berita, menampilkan berbagai berita untuk membaca mulai news, travel, hingga entertainment, pembaca dapat mengakses berita sesuai keinginannya. Hasil yang didapat menunjukan membaca line today dapat menghilangkan kejenuhan.

Tanggapan responden mengenai membaca *Line Today* dapat mengisi waktu luang dengan lebih bermanfaat disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.35

Tanggapan Responden Mengenai Membaca *Line Today* Dapat Mengisi Waktu Luang Dengan Lebih Bermanfaat

P15_Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	6	6.9	6.9	6.9
Setuju	60	69.0	69.0	75.9
Tidak Setuju	9	10.3	10.3	86.2
Sangat Tidak Setuju	12	13.8	13.8	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.35, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 6 responden atau sebesar 6.9%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 60 responden atau sebesar 69%, responden yang

[75] Onong Uchjana Effendy. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti.Hal. 294.

menyatakan tidak setuju sebanyak 9 responden atau sebesar 10.3% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 12 responden atau sebesar 13.8%.

Berdasarkan data di atas, diperoleh tanggapan terbanyak ialah setuju membaca *Line Today* dapat mengisi waktu luang dengan lebih bermanfaat. . Dalam model teori uses and gratification tentang kebutuhan terdapat kebutuhan pelepasan dimana adalah kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman.[76] *Line Today* yang termasuk dalam media *online*, dapat diakses pembaca kapan saja. Sehingga pembaca dapat membaca berita sesuai waktu yang diinginkan. Hasil yang didapat menunjukan membaca *line today* dapat mengisi waktu ulang dengan lebih bermanfaat.

Tanggapan responden mengenai membaca *Line Today* bisa mendapatkan hiburan disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.36

Tanggapan Responden Mengenai Membaca *Line Today* Bisa Mendapatkan Hiburan

P16_Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	10	11.5	11.5	11.5
Setuju	51	58.6	58.6	70.1
Tidak Setuju	7	8.0	8.0	78.2
Sangat Tidak Setuju	19	21.8	21.8	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.36, diketahui dari 87 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 10 responden atau sebesar 11.5%, responden yang

[76] Onong Uchjana Effendy. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti.Hal. 294.

menyatakan setuju sebanyak 51 responden atau sebesar 58.6%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 7 responden atau sebesar 8% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 19 responden atau sebesar 21.8%.

Berdasarkan data di atas, diperoleh tanggapan terbanyak ialah setuju membaca *Line Today* mendapat hiburan. Dalam model teori *uses and gratification* tentang kebutuhan terdapat kebutuhan pelepasan dimana adalah kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman.[77] Line Today yang menampilkan berbagai macam berita dari *news, travel, life style*, hingga *entertainment* juga menjadi hiburan untuk pembacanya dilihat dari hasi yang lebih banyak setuju membaca *Line Today* mendapat hiburan.

Akumulasi tanggapan responden atas item pernyataan kuesioner pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi (variabel Y) disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.37

Akumulasi Tanggapan Responden Mengenai Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Variabel Y)

No	Deskriptor Pertanyaan	Bobot Skala Likert				Skor Aktual
		1	2	3	4	
P1	Melalui *Line Today* dapat mengetahui berbagai peristiwa yang terjadi di lingkungan masyarakat	19	10	50	8	221
P3	Melalui *Line Today* dapat memahami pemberitaan yang sedang terjadi	17	9	59	2	220
P4	Melalui *Line Today* dapat menambah informasi	11	13	57	6	232
P5	Ketertarikan karena keberagaman informasi dari berita yang dimuat di *Line Today*	9	12	57	9	240
P7	Merasa puas akan keberagaman informasi	15	12	55	5	224

[77] Ibid

	berita yang dimuat di *Line Today*					
P8	Merasa puas akan kelengkapam informasi berita yang dimuat di *Line Today*	24	9	52	2	206
P10	Dapat lebih menjalankan peran Saya setelah membaca informasi di *Line Today*	14	11	59	3	225
P11	Melalui *Line Today* dapat bertukar pendapat dengan orang lain di kolom komentar	10	13	59	5	233
P13	Melalui *Line Today* dapat meningkatkan eksistensi diri di lingkungan sosial	11	13	59	4	230
P14	Membaca *Line Today* dapat menghilangkan kejenuhan	6	17	58	6	238
P15	Membaca *Line Today* dapat mengisi waktu luang dengan lebih bermanfaat	12	9	60	6	234
P16	Membaca *Line Today* bisa mendapatkan hiburan	19	7	51	10	226
Total		**167**	**270**	**676**	**264**	**2.729**

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

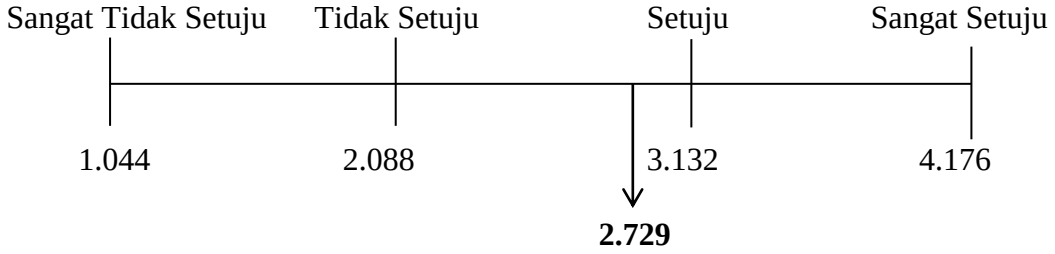
Berdasarkan tabel 4.37, diketahui indikator yang memiliki skor terendah sebesar 206 pada item pernyataan merasa puas akan kelengkapam informasi berita yang dimuat di *Line Today*. Skor tertinggi sebesar 240 pada item pernyataan ketertarikan karena keberagaman informasi dari berita yang dimuat di Line Today.

Untuk lebih jelasnya bagaimana tanggapan responden pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi (variabel Y) akan dianalisis berdasarkan hasil skoring jawaban dari responden sebagai berikut :

Skor sebesar 167 untuk yang menjawab STS = 167 x 1 = 167
Skor sebesar 135 untuk yang menjawab TS = 135 x 2 = 270
Skor sebesar 676 untuk yang menjawab S = 676 x 3 = 2.028
Skor sebesar 66 untuk yang menjawab SS = 264 x 4 = 264
Jumlah = 2.729

Jumlah skor tertinggi = 4 x 12 x 87 = 4.176
Jumlah skor terendah = 1 x 12 x 87 = 1.044

Pengukuran variabel secara kontinum[78] pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi (variabel Y) dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4.4 Penilaian Pemenuhan Kebutuhan Informasi Secara Kontinum

Berdasarkan data yang diperoleh dari 87 responden, maka total skor aktual sebesar 2.729 menunjukkan penilaian pemenuhan kebutuhan informasi menurut tanggapan responden dalam penelitian mendekati kategori setuju.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui nilai koefisien regresi variabel penelitian, yaitu koefisien pemenuhan kebutuhan informasi (variabel Y) dan koefisien nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* (variabel X) sebagai dasar menyusun persamaan matematis model penelitian. Selain itu, analisis regresi linear sederhana juga digunakan untuk mengetahui nilai t_{hitung} sebagai dasar melakukan pengujian hipotesis penelitian

[78] Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung. Alfabeta. Hal. 56

Hasil analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan program SPSS versi 20 disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.38

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.204	2.965		7.488	.000
	Nilai Berita Line Today (X)	.280	.098	.296	2.862	.005

a. Dependent Variable: Pemenuhan Keb. Informasi (Y)

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.38, maka persamaan matematis regresi linear sederhana yang diperoleh sebagai berikut :

Y = 22,204 + 0,280 X + 4.951 e

Dimana :

Y = Pemenuhan Kebutuhan Informasi
X = Nilai Berita *Line Today*
e = *Standart error*

Berdasarkan persamaan regresi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 22,204 menunjukkan bila tidak ada peningkatan atau penurunan dari nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today*, maka nilai pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 22,204 persen.
2. Koefisien regresi nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today*, sebesar 0,280 menunjukkan setiap peningkatan nilai berita *Line Today*

sebesar 1 persen, maka akan meningkatkan nilai pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 0,280 persen.

3. Koefisien *standart error* sebesar 4,951 dengan toleransi tingkat kesalahan atau *alpha* 5% (0.05) menunjukkan tingkat kesalahan dalam penelitian ini sebesar 4,951 persen.

4.2.2 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel tetapnya[79]. Koefisien determinasi dinyatakan dalam persentase yang diketahui dari nilai *R Square* yang diperoleh dari pengujian statistik yang disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.39

Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.296[a]	.088	.077	4.951106

a. Predictors: (Constant), Nilai Berita Line Today (X)
b. Dependent Variable: Pemenuhan Keb. Informasi (Y)

Sumber: *Output* SPSS Versi 20, 2018

Berdasarkan tabel 4.39, diketahui nilai *R Square* sebesar 0.077. Hal ini menunjukkan bahwa variasi pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi dapat dijelaskan sebesar 7,7% oleh variabel nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* sedangkan sisanya sebesar 92,3% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

[79] Ghozali, Imam. *Op,cit*., Hal. 97

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa persentase pengaruh nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan remaja, khususnya siswa-siswi yang sedang menempuh pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 2 Kota Serang Kelas XI sebesar 7,7 persen. Jumlah persentase yang relatif kecil ini menunjukkan kebutuhan informasi di kalangan remaja, yakni siswa-siswi SMA Negeri 2 Kota Serang Kelas XI tidak hanya dipengaruhi yang dalam hal ini berarti dipenuhi melalui penggunaan aplikasi *Line Today* saja, namun juga dipenuhi oleh aplikasi media sosial lainnya seperti facebook, instagram, surat kabar *online* dan media *online* lainnya.

4.2.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk dapat membuktikan apakah hipotesis yang diajukan oleh peneliti dapat diterima atau ditolak. Uji hipotesis menggunakan uji t (uji parsial) yang berguna untuk mengetahui apakah secara individu terdapat pengaruh nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut :

1. Mencari t_{hitung}

   Berdasarkan tabel 4.38, diketahui pada kolom nilai berita *Line Today* (variabel X) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2.862 dan nilai signifikansi sebesar 0.005.

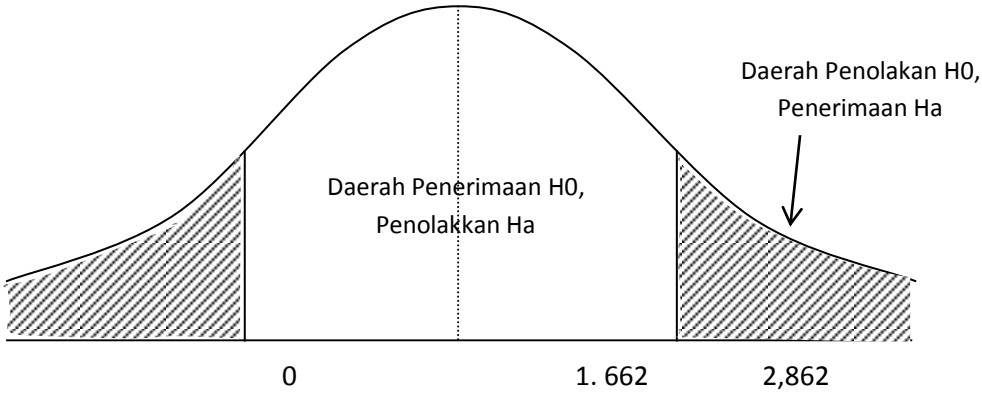
2. Mencari t_{tabel}

   Dengan melihat tabel distribusi t dengan α = 5% (0.05), df = n-k (87-1 = 86) dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas; untuk uji satu pihak (0.05) sebesar 1.662.

Gambar daerah penerimaan hipotesis disajikan pada gambar berikut ini :

Gambar 4.5

Daerah Penerimaan Hipotesis Penelitian



Interpretasi :

1. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ (2,862 ≥ 1,662), maka H_0 ditolak dan Ha diterima. Artinya terdapat pengaruh nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.
2. Nilai signifikan sebesar 0,005 menunjukkan model adalah signifikan, karena nilai signifikansi sebesar 0.005 ≤ *alpha* (0.05).

Berdasarkan hasil uji hipotesis, peneliti dapat menyimpulkan nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* terbukti berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan remaja, khususnya siswa-siswi yang sedang menempuh pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 2 Kota

Serang Kelas XI. Dengan kata lain, beberapa kalangan remaja, yakni siswa-siswi SMA Negeri 2 Kota Serang Kelas XI masih mengandalkan aplikasi *Line Today* yang dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan informasinya, selain menggunakan aplikasi Line karena fungsi utamanya sebagai aplikasi pesan instan (*instan messaging*) untuk berkomunikasi melalui pesan dan panggilan secara online melalui aplikasi *Line* tersebut. Mengingat penggunaan aplikasi *Line*, yang didalamnya terdapat *Line Today* hanya mengenakan biaya dari pemakaian kuota internet saja dan tidak dikenakan biaya lainnya sehingga kalangan remaja menyukainya aplikasi tersebut.

4.3 Pembahasan

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi membuat nilai dari suatu informasi menjadi sangat penting dibandingkan sebelumnya. Hadirnya internet yang saat ini dapat diakses dari perangkat teknologi seperti komputer, laptop, handphone (*smartphone*), smart televisi dan lain-lain perangkat yang menunjang penggunanya untuk dapat mengakses internet. Internet kini telah berkembang dengan cepat serta memiliki daya tarik yang kuat dengan varian-varian programnya yang menjadikan bumi ini seperti berada dalam cengkraman teknologi. Internet telah berkembang menjadi sebuah teknologi yang tidak saja mampu mentransmisikan berbagai informasi, namun juga telah mampu menciptakan dunia baru dan realitas kehidupan manusia, yaitu sebuah realitas yang materialistis yang tercipta dalam kehidupan maya.

Pengguna internet dapat mencari dan memilih informasi yang relevan sesuai kebutuhannya sehingga komunikan tidak lagi menerima apa yang diberitakan saja. Sebagai bagian dari bentuk media massa, aplikasi *online* juga menggunakan kaidah-kaidah jurnalistik dalam sistem kerja mereka. Pemanfaatan internet dalam memenuhi kebutuhan publik pun kini semakin luas. Internet juga menjadikan sebuah media baru atau *new media*. *New media* ini adalah media sosial. Media sosial merupakan sebuah media *online* dimana para penggunanya bisa beradaptasi, berbagi, dan menciptakan isi percakapan maupun informasi.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlin mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun atas dasar ideologi dan teknologi yang memumngkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*[80]. Media *online* yang menggunakan perangkat teknologi berbasis internet didalam proses penyampaian informasi dan menarik minat komunikan agar mau menggunakan media tersebut[81]. Media sosial mempunyai ciri-ciri diantaranya adalah pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang, pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *gatekeeper*, pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding dengan media lainnya, dan penerimaan pesan yang menentukan waktu interaksi. Di Indonesia sendiri, hampir semua masyarakat Indonesia menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dan bertukar informasi, terutama di kalangan remaja.

---

[80] Onong Uchjana Effendy. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung. Citra Aditya Bakti. Hal. 179
[81] *Ibid*, Hal. 180

Media sosial menjadi media tercepat untuk menyebarkan informasi, tak jarang media sosial dijadikan andalan untuk mencari berita yang sedang naik atau *hotnews*, sesuai dengan cirinya yaitu pesan disampaikan bebas tanpa harus melalui *gatekeeper* menjadi ruang informasi yang lebih lengkap untuk khalayak. Sebagai media massa yang memiliki karakteristik audien heterogen, media sosial menjadi media penyebar informasi tercepat saat ini. Berbagai informasi yang disebarkan melalui media sosial memberikan dampak pada kehidupan manusia. Media sosial yang berkembang di Indonesia seperti *facebook, twitter, path, whatsapp, instagram, Blackberry Messager, snapchat, kakao talk, dan Line.*

Aplikasi *Line* merupakan aplikasi media sosial berbasis internet. Aplikasi ini digunakan untuk berkomunikasi dengan sesama pengguna aplikasi *Line*. Tahun 2016 aplikasi *Line* memunculkan *Line Today* pada rubrik *News* yang ada dalam aplikasi tersebut, dimana aplikasi *Line* sebelumnya berperan sebagai alat komunikasi telah bertambah fungsinya menjadi aplikasi media sosial yang juga menjadi alat penyebaran berita-berita *online* untuk memenuhi kebutuhan penggunanya atas sebuah informasi.

Line Today berisikan berita-berita nasional maupun internasional yang diambil dari berbagai situs berita *online*. Berita-berita yang ditampilkan dalam *Line Today* meliputi berita *hot news*, artikel, hiburan, *fashion*, bisini, teknologi, dan juga gaya hidup. Beralih fungsinya media sosial menjadi media penyebar berita pasti memiliki dampak bagi masyarakat. Masyarakat akan menjadi lebih mudah mendapatkan berita dengan hanya satu aplikasi. Mereka tidak perlu repot membuka satu-satu situs berita online dari berbagai perusahaan penyedia berita

untuk memenuhi kebutuhan informasi atas suat berita, tidak terkecuali bagi kalangan remaja.

Pada dasarnya seseorang dengan kategori remaja, yaitu seseorang yang dalam periode transisi dari masa awal anak-anak hingga dewasa yang berada dalam rentan usia 12-18 tahun. Remaja pada masa tersebut biasanya sedang pada tahap individu yang haus akan informasi. Tansisi kognitif pada remaja meliputi pemikiran formal lebih abstrak, idealis, dan logis daripada pemikirian operasional konkret yang menekankan bahwa remaja terdorong untuk memahami dunianya karena tindakan yang dilakukannya[82]. Secara lebih nyata mereka mengaitkan suatu gagasan dengan gagasan lain. Mereka bukan hanya mengorganisasikan pengamatan dan pengalaman akan tetapi juga menyesuaikan cara berfikir mereka untuk nmenyertakan gagasan baru karena informasi tambahan membuat pemahaman lebih mendalam[83]. Dengan kata lain remaja masih haus akan berita sehingga kehadiran *Line Today* dapat menjadi sarana untuk memenuhi pemenuhan kebuutuhan informasi di kalangan remaja. Hal inilah yang melandasi bahwa nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* terbukti berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan remaja.

[82]Piaget Jean & Barbel I. 2002. *Psikologi Anak*. Yogyakarta: Miftahul Jannah. Hal. 15
[83]Jalaludin Rachmat. 2009. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Hal

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis membuat kesimpulan dalam penelitian ini yang antara lain :

1. Nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* sebagai salah satu aplikasi media sosial menurut tanggapan responden dalam penelitian ini berada pada kategori setuju. Hasil tersebut didasarkan kepada jumlah skor aktual penilaian nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* sebesar 2.787 yang mendekati skor pada kategori setuju sebesar 3.132. Artinya responden menyetujui nilai berita pada konten-konten berita di *Line Today* yang terdapat dalam aplikasi *Line* layak dipergunakan sebagai salah satu sumber informasi untuk memperoleh berita bagi kalangan remaja.
2. Pemenuhan kebutuhan informasi menurut tanggapan responden dalam penelitian ini berada pada kategori setuju. Hasil tersebut didasarkan kepada jumlah skor aktual penilaian pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 2.729 yang mendekati skor pada kategori setuju sebesar 3.132. Artinya responden menyetujui pemenuhan kebutuhan informasi yang diperoleh melalui *Line Today* dapat memenuhi kebutuhan seseorang, dalam hal ini kebutuhan informasi di kalangan remaja atas suatu informasi.

3. Hasil pengujian hipotesis, diketahui terdapat pengaruh nilai berita *Line Today* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Hasil tersebut didasarkan kepada kriteria pengujian hipotesis, yaitu jika nilai t_{hitung} (2,862) $\geq$ t_{tabel} (1,662), maka H_0 ditolak dan Ha diterima.

5.2 Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini, penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Kalangan remaja diharapkan dapat menyaring aplikasi media sosial yang bisa memberikan manfaat positif, salah satunya aplikasi *Line Today* dalam rangka memenuhi kebutuhannya atas suatu informasi.
2. Kalangan remaja diharapkan dapat memperbanyak sumber-sumber pemberitaan online yang dapat diperoleh melalui aplikasi media sosial maupun surat kabar *online*.
3. Kalangan remaja dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengendalian diri dalam hal mempercayai kebenaran dari suatu berita yang terdapat dalam media *online*. Hal ini mengingat banyaknya kabar bohong (*hoax*) yang disajikan oleh media *online*.

DAFTAR PUSTAKA

Effendy, O. U. 2003. *Teori dan Filsafat Komunikasi.* Bandung : Citra Aditya Bakti.

Ghozali ,I. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariet Dengan Program SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Harymurty, Bambang. 2009. *Jurnalistik: Petunjuk Teknik Menulis Berita*. Jakarta: PT. Perdana Mulya.

Hidayat, D. N., & M.Si, N. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

Jean, Piaget & I, B. 2002. *Psikologi Anak*. Yogyakarta: Miftahul Jannah.

K, Septiawan Santana. 2005. *Jurnalisme Konteporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Kriyantono, R. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi* . Jakarta: PT.Kencana Prenada Media Group.

Morissan.2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*.Jakarta: PT.Kencana Prenada Media Group.

Muhudin, A. 2007. Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur Dalam Penelitian. Bandung: Pustaka Setia.

Mulyana, D. 2005. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar* . Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

Nurdin. 2007. *Komunikasi massa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Olii, H. 2007. *Berita dan Informasi*. Jakarta: PT.Indeks.

Rakhmat, J. 2000. *Psikologi Komunikasi.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2007. *Statistika untuk Penelitian* . Bandung: Alfabeta.

———— . 2013. *Metode Penelitian Bisnis* . Bandung: Alfabeta.

INTERNET dan Sumber lainnya.

Http://tekno.kompas.com/read/2014/02/19/1623250/Hasil.Survei.Pemakaian.Internet.Remaja.Indonesia

Http://selular.id/news/2016/03/indonesia-menjadi-negara-pengguna-terbesar-di-asia/

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2015. *Penggunaan Internet di Indonesia*. Jakarta. APJ

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

No. Responden

KUISONER

PENGARUH NILAI BERITA *LINE TODAY* TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI DI KALANGAN REMAJA

(Survei Terhadap Siswa-siswi SMA Negeri 2 Serang)

Petunjuk Pengisian :

1) Nomor Responden dikosongkan (tidak perlu di isi)
2) Data Pertanyaan terbagi menjadi dua bagian, yaitu pertama menyangkut data pribadi Anda, dan yang kedua adalah data penelitian
3) Untuk data pribadi silahkkan di isi jawaban sesuai pertanyaan.
4) Untuk data penelitian, berisikan pertanyaan-pertanyaan yang menyangkut dan menggambarkan berbagai pendirian yang merupakan respon atau tanggapan Anda tentang Nilai Berita di *Line Today* dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi
5) Anda dipersilahkan memberi tanda centang (√) pada kolom skala yang tersedia menurut pernyataan yang paling sesuai dengan pilihan dan penilaian anda.
6) Adapun alternatife jawabannya adalah :
   - Sangat Setuju (SS), diberi bobot nilai 4
   - Setuju (S), diberi bobot nilai 3
   - Tidak Setuju (TS), diberi bobot nilai 2
   - Sangat Tidak Setuju (STS), diberi bobot nilai 1

A. DATA RESPONDEN

Diharapkan responden dapat mengisi dengan sebenarnya.

1. Nama : ……. (*diperbolehkan inisial)
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Pertanyaan Saringan

1. Apakah anda menggunakan Aplikasi Line ?

   ☐ Aktif ☐ Kurang Aktif

2. Sejak tahun berapa anda menggunakan aplikasi *Line* ?

   ☐ 2016 ☐ 2017 ☐ 2018

3. Apakah anda mengakses *Line Today* ?

   ☐ Aktif ☐ Kurang Aktif

B. DATA PENELITIAN

Nilai Berita *Line Today* (Variabel X)

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
a.	**Timelines (Keterbaruan)**				
1	Berita di Line Today memuat peristiwa/kejadian yang baru terjadi (terkini)				
b.	**Proximoty (Jarak)**				
2	Berita di Line today memuat hal peristiwa yang terjadi di sekitar Anda				
3	Berita di Line Today memuat tempat-tempat yang Anda kenali.				
4	Berita di Line Today memuat orang-orang yang Anda kenali.				
c.	**Prominence (Cuatan)**				
5	Berita di Line Today menggunakan istilah yang menarik.				
6	Berita di Line Today menggunakan penjelasan yang ringkas atau mudah di mengerti				
d.	**Human Interest (DayaTarik Kemanusiaan)**				
7	Berita di Line menyangkut menarik anda untuk mengaksesnya.				
e.	**Concequency (Akibat)**				
8	Berita di Line Today menimbulkan dampak bagi kehidupan pribadi Anda.				
9	Berita di Line Today menimbulkan dampak bagi kehidupan sosial Anda.				
f.	**Conflict (Konflik)**				
10	Berita di Line today memuat peristiwa konflik.				
11	Berita di Line Today memuat peristiwa kriminal.				
g.	**Oddity (Keanehan)**				
12	Berita di Line Today memuat peristiwa				

	yang tidak biasa terjadi di masyarakat.				
h.	**Sex (genre)**				
13	Berita di Line Today memuatkan hubungan para selebritas.				
14	Berita di Line Today memuatkan hubungan yang ada di masyarakat.				
No.	**Pertanyaan**	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
i.	**Suspense**				
15	Berita di Line Today memuat peristiwa yang belum terungkap akhir kasusnya.				
j.	**Progress**				
16	Berita di Line Today memuat kelanjutan sebuah peristiwa/kejadian sebelumnya yang belum selesai.				

Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Variabel Y)

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
a.	Kebutuhan Kognitif				
1	Melalui Line Today Saya dapat mengetahui berbagai peristiwa yang terjadi di lingkungan masyarakat.				
2	Melalui Line Today Saya dapat mengetahui berbagai peristiwa yang terjadi di dunia.				
3	Melalui Line Today Saya dapat memahami pemberitaan yang sedang terjadi.				
4	Melalui Line Today Saya dapat menambah informasi.				
b.	Kebutuhan Afektif				
5	Saya merasa tertarik akan keberagaman informasi dari berita yang dimuat di Line Today				
6	Saya merasa puas atas keseimbangan konten berita yang dimuat di Line Today				
7	Saya merasa puas akan keberagaman informasi berita yang dimuat di Line Today				
8	Saya merasa puas akan kelengkapam informasi berita yang dimuat di Line Today.				
c.	Kebutuhan Pribadi				
9	Saya dapat memberikan pandangan dan perkembangan intelektual saya tentang sebuah berita yang dimuat di Line Today				
10	Saya dapat lebih menjalankan peran Saya setelah membaca informasi di Line Today.				
d.	Kebutuhan Sosial				
11	Melalui Line Today Saya dapat bertukar pendapat dengan orang lain di kolom komentar.				
12	Melalui Line Today Saya dapat berinteraksi dengan orang lain.				
13	Melalui Line Today Saya dapat meningkatkan eksistensi diri di lingkungan sosial.				
e.	Kebutuhan Pelepasan/Hiburan				
14	Dengan membaca Line Today Saya dapat menghilangkan kejenuhan				
15	Dengan membaca Line Today Saya dapat mengisi waktu luang dengan lebih bermanfaat				
16	Dengan membaca Line Today Saya bisa mendapatkan hiburan.				

LAMPIRAN 2

UJI VALIDITAS (TAHAP 1)

NILAI BERITA LINE TODAY (VARIABEL X)

		Nilai Berita Line Today (X)
P1_X	Pearson Correlation	.524**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P2_X	Pearson Correlation	.547**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P3_X	Pearson Correlation	.410**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P4_X	Pearson Correlation	.109
	Sig. (1-tailed)	.158
	N	87
P5_X	Pearson Correlation	.192*
	Sig. (1-tailed)	.038
	N	87
P6_X	Pearson Correlation	.457**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P7_X	Pearson Correlation	.530**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P8_X	Pearson Correlation	.167
	Sig. (1-tailed)	.062
	N	87
P9_X	Pearson Correlation	.507**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P10_X	Pearson Correlation	.471**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P11_X	Pearson Correlation	.136
	Sig. (1-tailed)	.104
	N	87
P12_X	Pearson Correlation	.428**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P13_X	Pearson Correlation	.460**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P14_X	Pearson Correlation	.002
	Sig. (1-tailed)	.493
	N	87
P15_X	Pearson Correlation	.524**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P16_X	Pearson Correlation	.618**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
Nilai Berita Line Today (X)	Pearson Correlation	1
	Sig. (1-tailed)	
	N	87

PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI (VARIABEL Y)

		Pemenuhan Keb. Informasi (Y)
P1_Y	Pearson Correlation	.381**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P2_Y	Pearson Correlation	.061
	Sig. (1-tailed)	.287
	N	87
P3_Y	Pearson Correlation	.471**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P4_Y	Pearson Correlation	.551**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P5_Y	Pearson Correlation	.500**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P6_Y	Pearson Correlation	.048
	Sig. (1-tailed)	.330
	N	87
P7_Y	Pearson Correlation	.437**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P8_Y	Pearson Correlation	.452**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P9_Y	Pearson Correlation	.025
	Sig. (1-tailed)	.409
	N	87
P10_Y	Pearson Correlation	.490**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P11_Y	Pearson Correlation	.487**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P12_Y	Pearson Correlation	-.160
	Sig. (1-tailed)	.069
	N	87
P13_Y	Pearson Correlation	.500**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P14_Y	Pearson Correlation	.515**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P15_Y	Pearson Correlation	.414**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P16_Y	Pearson Correlation	.445**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
Pemenuhan Keb. Informasi (Y)	Pearson Correlation	1
	Sig. (1-tailed)	
	N	87

UJI VALIDITAS (TAHAP 2)

NILAI BERITA *LINE TODAY* (VARIABEL X)

		Nilai Berita Line Today (X)
P1_X	Pearson Correlation	.567**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P2_X	Pearson Correlation	.550**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P3_X	Pearson Correlation	.458**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P5_X	Pearson Correlation	.190*
	Sig. (1-tailed)	.039
	N	87
P6_X	Pearson Correlation	.461**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P7_X	Pearson Correlation	.572**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P9_X	Pearson Correlation	.509**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P10_X	Pearson Correlation	.508**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P12_X	Pearson Correlation	.470**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P13_X	Pearson Correlation	.465**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P15_X	Pearson Correlation	.565**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P16_X	Pearson Correlation	.591**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
Nilai Berita Line Today (X)	Pearson Correlation	1
	Sig. (1-tailed)	
	N	87

PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI (VARIABEL Y)

		Pemenuhan Keb. Informasi (Y)
P1_Y	Pearson Correlation	.392**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P3_Y	Pearson Correlation	.459**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P4_Y	Pearson Correlation	.590**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P5_Y	Pearson Correlation	.490**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P7_Y	Pearson Correlation	.402**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P8_Y	Pearson Correlation	.522**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P10_Y	Pearson Correlation	.498**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P11_Y	Pearson Correlation	.587**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P13_Y	Pearson Correlation	.544**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P14_Y	Pearson Correlation	.543**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P15_Y	Pearson Correlation	.436**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
P16_Y	Pearson Correlation	.449**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	87
Pemenuhan Keb. Informasi (Y)	Pearson Correlation	1
	Sig. (1-tailed)	
	N	87

UJI RELIABILITAS

NILAI BERITA *LINE TODAY* (VARIABEL X)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	87	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	87	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	12

PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI (VARIABEL Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	87	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	87	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	12

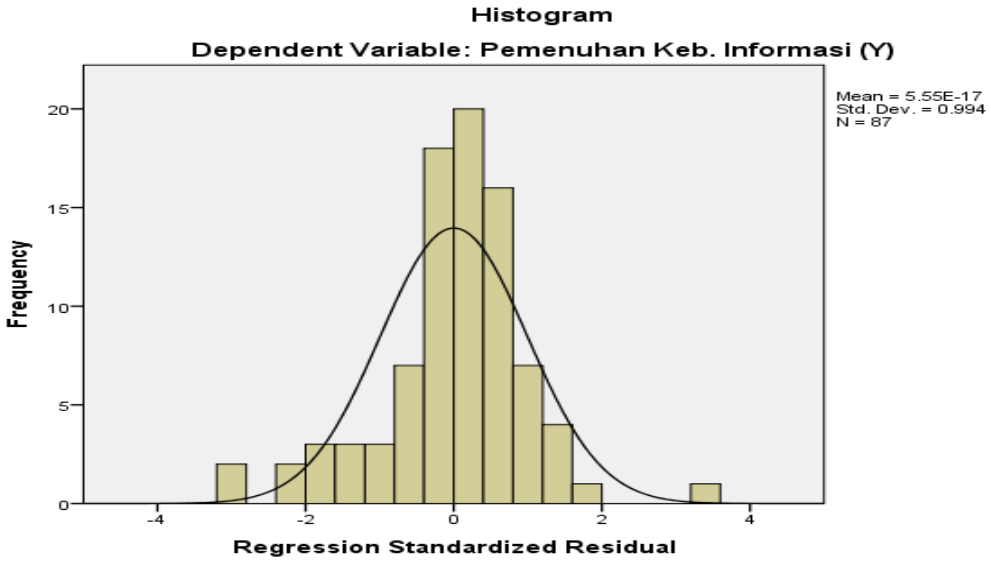
UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

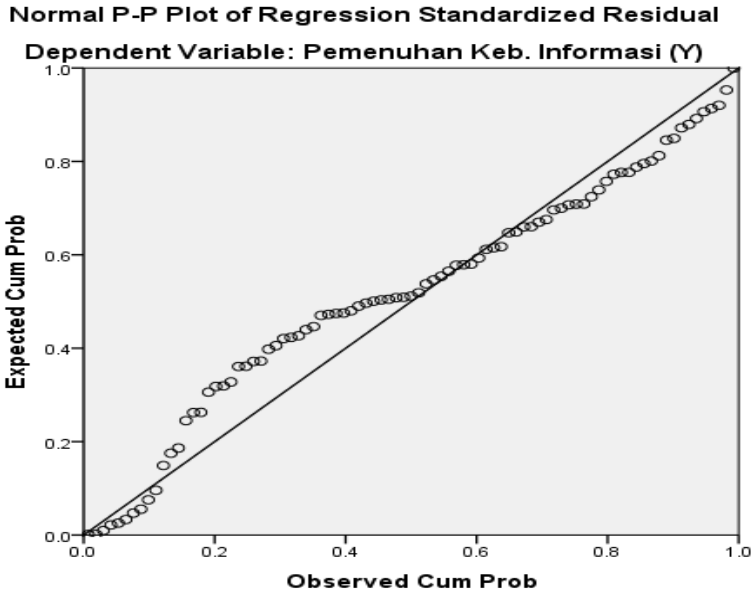
		Unstandardized Residual
N		87
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	4.92223600
Most Extreme Differences	Absolute	.130
	Positive	.071
	Negative	-.130
Kolmogorov-Smirnov Z		1.215
Asymp. Sig. (2-tailed)		.104

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

KURVA HISTOGRAM



KURVA NORMAL PP - PLOT



ANALISIS REGRESI LINEAR SEDERHANA

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.204	2.965		7.488	.000
	Nilai Berita Line Today (X)	.280	.098	.296	2.862	.005

a. Dependent Variable: Pemenuhan Keb. Informasi (Y)

UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.296[a]	.088	.077	4.951106

a. Predictors: (Constant), Nilai Berita Line Today (X)
b. Dependent Variable: Pemenuhan Keb. Informasi (Y)

STATISTIK DESKRIPTIF

TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI NILAI BERITA LINE TODAY (VARIABEL X)

P1_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	22	25.3	25.3	25.3
Setuju	37	42.5	42.5	67.8
Tidak Setuju	17	19.5	19.5	87.4
Sangat Tidak Setuju	11	12.6	12.6	100.0
Total	87	100.0	100.0	

P2_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	15	17.2	17.2	17.2
Setuju	46	52.9	52.9	70.1
Tidak Setuju	14	16.1	16.1	86.2
Sangat Tidak Setuju	12	13.8	13.8	100.0
Total	87	100.0	100.0	

P3_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	16	18.4	18.4	18.4
Setuju	44	50.6	50.6	69.0
Tidak Setuju	12	13.8	13.8	82.8
Sangat Tidak Setuju	15	17.2	17.2	100.0
Total	87	100.0	100.0	

P5_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	12	13.8	13.8	13.8
Setuju	50	57.5	57.5	71.3
Tidak Setuju	14	16.1	16.1	87.4
Sangat Tidak Setuju	11	12.6	12.6	100.0
Total	87	100.0	100.0	

P6_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	13	14.9	14.9	14.9
Setuju	43	49.4	49.4	64.4
Tidak Setuju	15	17.2	17.2	81.6
Sangat Tidak Setuju	16	18.4	18.4	100.0
Total	87	100.0	100.0	

P7_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	10	11.5	11.5	11.5
Setuju	48	55.2	55.2	66.7
Tidak Setuju	15	17.2	17.2	83.9
Sangat Tidak Setuju	14	16.1	16.1	100.0
Total	87	100.0	100.0	

P9_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	8	9.2	9.2	9.2
Setuju	53	60.9	60.9	70.1
Tidak Setuju	9	10.3	10.3	80.5
Sangat Tidak Setuju	17	19.5	19.5	100.0
Total	87	100.0	100.0	

P10_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	18	20.7	20.7	20.7
Setuju	37	42.5	42.5	63.2
Tidak Setuju	17	19.5	19.5	82.8
Sangat Tidak Setuju	15	17.2	17.2	100.0
Total	87	100.0	100.0	

P12_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	9	10.3	10.3	10.3
Setuju	45	51.7	51.7	62.1
Tidak Setuju	15	17.2	17.2	79.3
Sangat Tidak Setuju	18	20.7	20.7	100.0
Total	87	100.0	100.0	

P13_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	18	20.7	20.7	20.7
Setuju	34	39.1	39.1	59.8
Tidak Setuju	16	18.4	18.4	78.2
Sangat Tidak Setuju	19	21.8	21.8	100.0
Total	87	100.0	100.0	

P15_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	20	23.0	23.0	23.0
Setuju	41	47.1	47.1	70.1
Tidak Setuju	10	11.5	11.5	81.6
Sangat Tidak Setuju	16	18.4	18.4	100.0
Total	87	100.0	100.0	

P16_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	20	23.0	23.0	23.0
Setuju	39	44.8	44.8	67.8
Tidak Setuju	12	13.8	13.8	81.6
Sangat Tidak Setuju	16	18.4	18.4	100.0
Total	87	100.0	100.0	

TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI (VARIABEL Y)

P1_Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	8	9.2	9.2	9.2
Setuju	50	57.5	57.5	66.7
Tidak Setuju	10	11.5	11.5	78.2
Sangat Tidak Setuju	19	21.8	21.8	100.0
Total	87	100.0	100.0	

P3_Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	2	2.3	2.3	2.3
Setuju	59	67.8	67.8	70.1
Tidak Setuju	9	10.3	10.3	80.5
Sangat Tidak Setuju	17	19.5	19.5	100.0
Total	87	100.0	100.0	

P4_Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	6	6.9	6.9	6.9
Setuju	57	65.5	65.5	72.4
Tidak Setuju	13	14.9	14.9	87.4
Sangat Tidak Setuju	11	12.6	12.6	100.0
Total	87	100.0	100.0	

P5_Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	9	10.3	10.3	10.3
Setuju	57	65.5	65.5	75.9
Tidak Setuju	12	13.8	13.8	89.7
Sangat Tidak Setuju	9	10.3	10.3	100.0
Total	87	100.0	100.0	

P7_Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	5	5.7	5.7	5.7
Setuju	55	63.2	63.2	69.0
Tidak Setuju	12	13.8	13.8	82.8
Sangat Tidak Setuju	15	17.2	17.2	100.0
Total	87	100.0	100.0	

P8_Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	2	2.3	2.3	2.3
Setuju	52	59.8	59.8	62.1
Tidak Setuju	9	10.3	10.3	72.4
Sangat Tidak Setuju	24	27.6	27.6	100.0
Total	87	100.0	100.0	

P10_Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	3	3.4	3.4	3.4
Setuju	59	67.8	67.8	71.3
Tidak Setuju	11	12.6	12.6	83.9
Sangat Tidak Setuju	14	16.1	16.1	100.0
Total	87	100.0	100.0	

P11_Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	5	5.7	5.7	5.7
Setuju	59	67.8	67.8	73.6
Tidak Setuju	13	14.9	14.9	88.5
Sangat Tidak Setuju	10	11.5	11.5	100.0
Total	87	100.0	100.0	

P13_Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	4	4.6	4.6	4.6
Setuju	59	67.8	67.8	72.4
Tidak Setuju	13	14.9	14.9	87.4
Sangat Tidak Setuju	11	12.6	12.6	100.0
Total	87	100.0	100.0	

P14_Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	6	6.9	6.9	6.9
Setuju	58	66.7	66.7	73.6
Tidak Setuju	17	19.5	19.5	93.1
Sangat Tidak Setuju	6	6.9	6.9	100.0
Total	87	100.0	100.0	

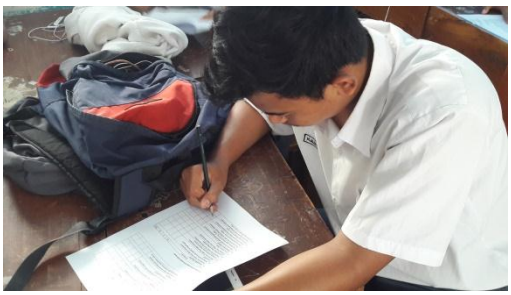
P15_Y

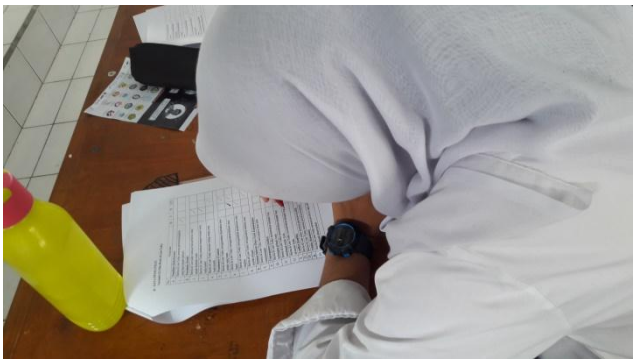
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	6	6.9	6.9	6.9
Setuju	60	69.0	69.0	75.9
Tidak Setuju	9	10.3	10.3	86.2
Sangat Tidak Setuju	12	13.8	13.8	100.0
Total	87	100.0	100.0	

P16_Y

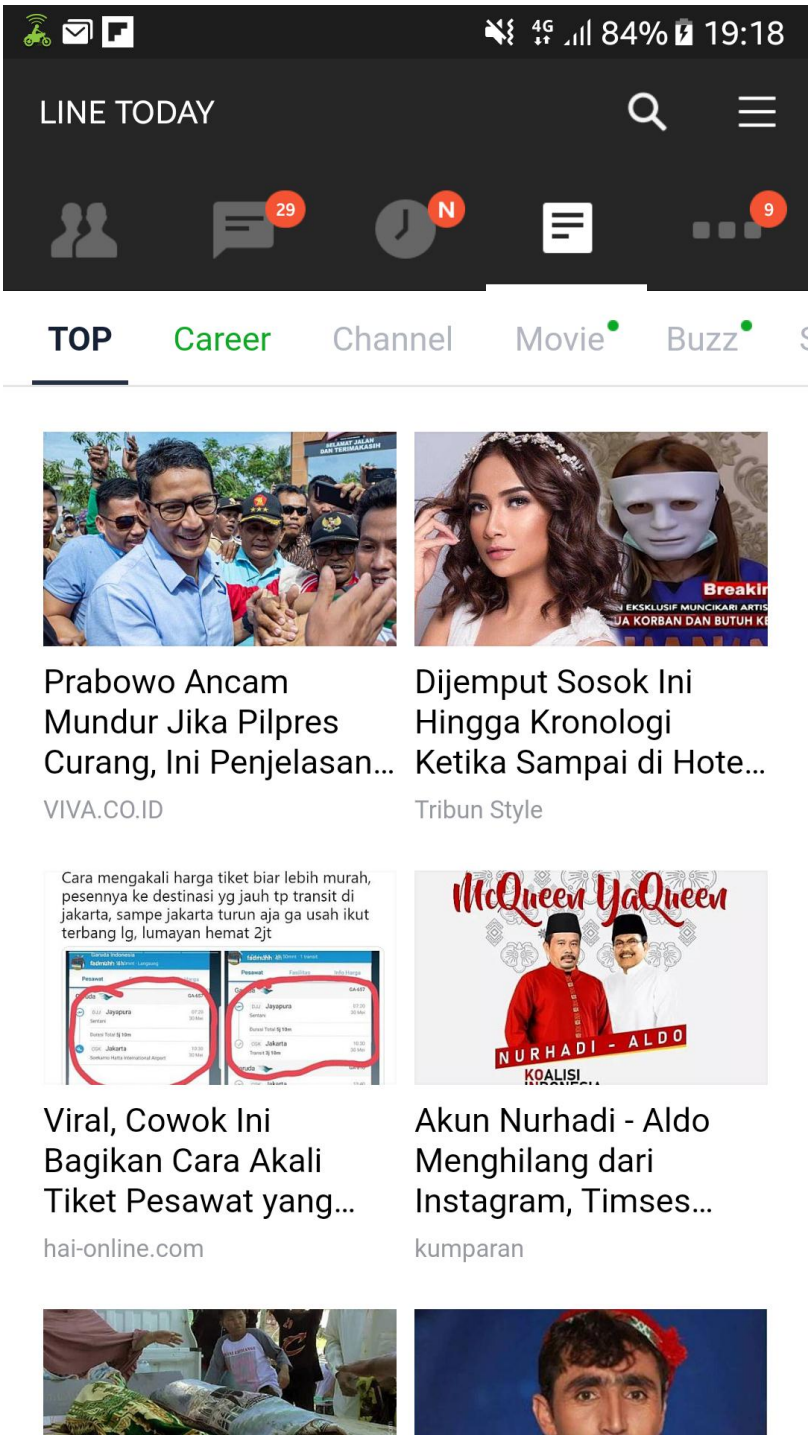
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	10	11.5	11.5	11.5
Setuju	51	58.6	58.6	70.1
Tidak Setuju	7	8.0	8.0	78.2
Sangat Tidak Setuju	19	21.8	21.8	100.0
Total	87	100.0	100.0	

LAMPIRAN 3





LAMPIRAN 4


84% 19:18
LINE TODAY
29
N
9
TOP
Career
Channel
Movie
Buzz
Prabowo Ancam Mundur Jika Pilpres Curang, Ini Penjelasan...
VIVA.CO.ID
Dijemput Sosok Ini Hingga Kronologi Ketika Sampai di Hote...
Tribun Style
Cara mengakali harga tiket biar lebih murah, pesennya ke destinasi yg jauh tp transit di jakarta, sampe jakarta turun aja ga usah ikut terbang lg, lumayan hemat 2jt
Viral, Cowok Ini Bagikan Cara Akali Tiket Pesawat yang...
hai-online.com
McQueen YaQueen
NURHADI - ALDO
Akun Nurhadi - Aldo Menghilang dari Instagram, Timses...
kumparan

84% 19:19
LINE TODAY
29
N
9
Movie
Buzz
Showbiz
Life
News
Sport
Polisi Selidiki Pasir yang Buat Tiga Bocah Alami Luka Bakar di Bekasi
6 Fakta Tewasnya Deasy Tuwo yang Diterkam Buaya Berukuran 5 Meter
Liputan6.com
Sri Mulyani Jadi Presiden Bank Dunia, Kenapa Tidak?
Medcom.id
Menyelam hingga 42 Meter, Begini Cara TNI AL Temukan CVR Lion Air

... 84% 19:19

Prabowo Ancam Mundur, PDIP: Sekoci Pengaman Bila Kalah

VIVA.CO.ID | Hardani Triyoga, Lilis Khalisotussurur
Diterbitkan : 16.35, 14/01/2019

1 26

Calon presiden nomor urut 02, Prabowo Subianto

VIVA – Kubu Badan Pemenangan Nasional (BPN) menyatakan calon presiden nomor urut 02, Prabowo Subianto akan mundur bila ada kecurangan di Pilpres 2019. Pihak rival pun merespons bila manuver itu hanya sekoci pengaman karena Prabowo takut kalah.

Ketua DPP PDIP, Hendrawan Supratikno mengatakan ancaman Prabowo akan mundur itu hanya strategi

LAMPIRAN 5

1. t Tabel

TABEL II
NILAI-NILAI DALAM DISTRIBUSI t

	α untuk uji dua fihak (two tail test)					
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01
	α untuk uji satu fihak (one tail test)					
dk	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
5	0,727	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169
11	0,697	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106
12	0,695	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055
13	0,692	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012
14	0,691	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
15	0,690	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947
16	0,689	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
17	0,688	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
18	0,688	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878
19	0,687	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861
20	0,687	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845
21	0,686	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831
22	0,686	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819
23	0,685	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807
24	0,685	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797
25	0,684	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787
26	0,684	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779
27	0,684	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771
28	0,683	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763
29	0,683	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756
30	0,683	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750
40	0,681	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704
60	0,679	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660
120	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617
∞	0,674	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576

2. r Tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4623	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5463

3. f Tabel

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
46	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81	1.77	1.74
47	2.82	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.74
48	2.81	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.73
49	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73
50	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73
51	2.81	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.76	1.73
52	2.80	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.75	1.72
53	2.80	2.41	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72
54	2.80	2.40	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72
55	2.80	2.40	2.19	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.72
56	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.71
57	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71
58	2.79	2.40	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71
59	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71
60	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71
61	2.79	2.39	2.18	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71
62	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.73	1.70
63	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70
64	2.79	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70
65	2.78	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70
66	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70
67	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.86	1.81	1.76	1.73	1.70
68	2.78	2.38	2.17	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.73	1.69
69	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.72	1.69
70	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69
71	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69
72	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69
73	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69
74	2.77	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.75	1.72	1.69
75	2.77	2.37	2.16	2.02	1.93	1.85	1.80	1.75	1.72	1.69
76	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.72	1.68
77	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68
78	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68
79	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68
80	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68
81	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68
82	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68
83	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68
84	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.74	1.71	1.68
85	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74	1.71	1.67

RIWAYAT HIDUP

Nama	: Resti Fauziah Kurniawan
Tempat dan Tanggal Lahir	: Jakarta, 06 Mei 1994
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Kewarganegaraan	: Indonesia
Alamat	: Perumahan Poris Indah Blok D Jalan Intan 2 No. 678, RT/RW 005/07, Kelurahan Cipondoh Indah, Kecamatan Cipondoh. Kota Tangerang. Banten.
Email	: reskur94@gmail.com
No. Telepon/Hp	: 081317161582

Riwayat Pendidikan

Periode	**Sekolah / Universitas**
2001 – 2006	SD Negeri Keagungan 01 Pagi
2006 -2009	SMP Negeri 17 Jakarta Pusat
2009 – 2012	SMA Negeri 94 Jakarta Barat
2012 -2019	S-1 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa