

## Efektivitas Line *Official Account* Fikom Untar terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Aktif Fikom Untar

Dhia Azhaar Rohadatul Aissy<sup>1</sup>, Yugih Setyanto<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email: *azhaardhia@gmail.com*

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta\*  
Email: *yugihs@fikom.untar.ac.id*

Masuk tanggal: 15-12-2021, revisi tanggal: 06-01-2022, diterima untuk diterbitkan tanggal: 16-01-2022

---

### **Abstract**

Young people use social media to fulfill their need for information. LINE—one of the most popular social media in Indonesia—which also has another type, namely the LINE Official Account, which allows its users to broadcast messages to all followers of the Faculty of Communication Sciences, Tarumanagara University using a LINE Official Account. This study uses a descriptive quantitative approach. The number of samples is determined by the Slovin formula, so that a sample of 91 active Fikom Untar students who follow the LINE Official Account of Fikom Untar is obtained. Methods of data collection using a questionnaire. The testing process uses validity and reliability as well as testing the correlation coefficient and the coefficient of determination, then linear regression test and t test using the SPSS version 24 program. Then the coefficient of determination is 0.570, which means that there is communication effectiveness in meeting information needs of 57%, while 43 % influenced by other factors.

**Keywords:** *effectiveness, fulfillment of information needs, line official account*

### **Abstrak**

Anak muda menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan akan informasi. LINE—salah satu media sosial terpopuler di Indonesia—yang juga memiliki jenis lain yaitu LINE Official Account yang mengizinkan penggunaannya untuk menyiarkan pesan kepada semua pengikutnya Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara menggunakan LINE Official Account. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif deskriptif. Jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin, sehingga didapatkanlah sampel sebanyak 91 orang mahasiswa/i aktif Fikom Untar yang mengikuti LINE Official Account Fikom Untar. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Proses pengujian menggunakan validitas dan reliabilitas serta melakukan uji koefisien korelasi dan koefisien determinasi, kemudian dilakukan uji regresi linear dan uji t menggunakan program SPSS versi 24. Maka diperoleh koefisien determinasi sebesar 0.570 yang artinya terdapat efektivitas komunikasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 57%, sedangkan 43% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata Kunci:** *efektivitas, line official account, pemenuhan kebutuhan informasi*

### **1. Pendahuluan**

Informasi merupakan suatu gabungan data atau fakta yang disusun atau diolah dengan cara tertentu sehingga memiliki makna bagi penerima. Data diolah menjadi suatu hal yang berguna yang dapat memberikan keterangan atau pengetahuan bagi penerimanya (Anggraeni & Irviani, 2017). Informasi merupakan salah satu kebutuhan

utama manusia yang harus dipuaskan atau dipenuhi. Menurut Katz, Gurevitch dan Haas ada lima kebutuhan manusia yang harus dipenuhi, di antaranya adalah kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial, dan kebutuhan berkhayal. Perasaan puas akan timbul apabila suatu kebutuhan yang dimiliki oleh seseorang dapat terpenuhi (Riani, 2017).

Media sosial adalah salah satu hasil dari kemajuan di bidang teknologi informasi pada era digital saat ini, yang mampu memberikan pengaruh terhadap kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhan informasi secara cepat dan praktis. Media sosial menurut Fuchs dalam tulisan Ajeng Iva Dwi Febriana adalah media yang terhubung tak hanya pada satu sarana saja, tetapi pada banyak sarana yang mengizinkan penggunaannya dapat berinteraksi atau berkomunikasi secara langsung dengan banyak orang dalam waktu yang serentak (Febriana, 2018).

Satu dari sekian media sosial yang paling amat banyak digunakan di Indonesia adalah LINE, menduduki urutan ke tujuh menurut hasil riset yang digarap oleh We Are Social dan Hootsuite (Kemp, 2021). LINE adalah media sosial yang mengizinkan *user* atau penggunaannya untuk saling berkiriman pesan di ruang pribadi ataupun melalui grup, melakukan panggilan suara dan panggilan video, serta membagikan pesan di ruang publik (App Store, 2021). Selain itu, LINE juga memiliki jenis lain yaitu LINE Official Account atau LINE OA. LINE Official Account diperuntukkan untuk merek dan perusahaan ini memiliki beberapa fitur yang mengizinkan penggunaannya untuk mem-*broadcast* pesan kepada semua pengikutnya maupun bertukar pesan langsung kepada pengikutnya secara pribadi, dan lain-lain (Line for Business, n.d.).

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara yang juga disebut sebagai Fikom Untar adalah salah satu fakultas di Universitas Tarumanagara yang telah berdiri sejak tahun 2006 (Universitas Tarumanagara, n.d.), dan mengajarkan tiga bidang konsentrasi Ilmu Komunikasi yaitu Jurnalistik, Hubungan Masyarakat, dan Periklanan. Guna menyebarkan informasi, melayani keluhan atau kesulitan, serta menjawab pertanyaan mahasiswa-mahasiswinya mengenai perkuliahan secara cepat dan efisien, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara menggunakan LINE Official Account. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti berkeinginan untuk mengetahui seberapa efektif LINE Official Account Fikom Untar dalam memenuhi kebutuhan informasi seputar perkuliahan yang dibutuhkan oleh mahasiswa/i aktif Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara.

Effendy mengemukakan bahwa efektivitas komunikasi atau yang bisa disebut juga sebagai strategi komunikasi adalah kombinasi antara rancangan dan sebuah manajemen yang bagus untuk memperoleh sebuah tujuan tertentu. Lasswell dalam Effendy menyatakan bahwa ada beberapa unsur dalam proses komunikasi yang mendukung keefektifan komunikasi, di antaranya pengirim (*sender*), penyandian (*encoding*), media, penguraian kode (*decoding*), penerima (*receiver*), respon (*response*), umpan balik (*feedback*) dan gangguan (*noise*) (Effendy, 2017). Kemudian, Effendy menyatakan ada beberapa faktor yang dapat mendukung komunikasi yang efektif, di antaranya yaitu penentuan target atau sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi, dan peranan komunikator dalam komunikasi (Effendy, 2017).

Guha mengemukakan bahwa ada empat ragam kebutuhan informasi, di antaranya adalah *current need approach* yaitu pendekatan pada keperluan pengguna informasi yang sifatnya mutakhir atau terbaru, *everyday need approach* yaitu pendekatan akan keperluan pengguna yang sifatnya khusus atau spesifik dan cepat, *exhaustive need approach* yaitu pendekatan akan keperluan pengguna mengenai

informasi yang komprehensif atau mendalam di mana pengguna informasi mempunyai dependensi yang tinggi pada informasi yang diperlukan yang bersifat tepat atau relevan, khusus atau spesifik dan utuh, serta *catching up need approach* yaitu pendekatan terhadap pengguna akan informasi yang simpel atau ringkas (Fakhrurrazi, 2019).

## 2. Metode Penelitian

Pendekatan kuantitatif dengan metode survei adalah metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yang mempunyai tujuan untuk menguji hipotesis berdasarkan pengaruh dari kedua variabel yang diteliti. Variabel pertama adalah efektivitas komunikasi media sosial LINE Official Account Fikom Untar dan variabel kedua adalah pemenuhan kebutuhan informasi. Metode survei dilakukan oleh peneliti dengan menyebarkan kuisisioner yang terdiri dari serangkaian pernyataan, kemudian dibagikan kepada mahasiswa-mahasiswi aktif Fikom Untar melalui media sosial LINE.

Populasi penelitian yaitu mahasiswa-mahasiswi aktif Fikom Untar diketahui berjumlah 1018 orang. Peneliti menggunakan Rumus Slovin untuk mengambil sampel, dan didapatkanlah sampel sejumlah 91 responden. Metode pengumpulan data peneliti lakukan dengan cara menyebarkan kuesioner berupa Google form dengan skala Likert kepada 91 responden yang merupakan mahasiswa-mahasiswi aktif Fikom Untar yang juga meng-*add* LINE Official Account Fikom Untar.

Kemudian data yang peneliti dapatkan diolah menggunakan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 24. Peneliti melakukan Uji Regresi Linear Sederhana untuk memahami dan mengamati hubungan antara variabel X dengan variabel Y (Sugiyono, 2015). Data yang peneliti peroleh dianalisis dengan memanfaatkan:

- 1) Uji Regresi Linear Sederhana dilakukan guna memahami dan mengamati hubungan antara variabel X dengan variabel Y (Sugiyono, 2015). Rumus uji regresi linear sederhana adalah  $Y = a + bX$ .
- 2) Uji T digunakan guna menguji atau menilai level signifikan dari bentuk hasil atau pengaruh secara parsial atau terpisah antara variabel-variabel bebas (variabel X) terhadap variabel terikat (variabel Y) (Priyatno, 2012).
- 3) Uji Validitas dilakukan guna mengetahui seberapa valid seperangkat kuesioner yang digunakan oleh peneliti dalam akumulasi data, apakah item-item yang tersedia dalam kuesioner sungguh mampu mengungkapkan secara absolut apa yang hendak diteliti (Sugiyono, 2011).
- 4) Uji Realibilitas dilakukan guna menguji konsisten atau tidaknya hasil jika dilakukan pengukuran ulang. Suatu kuesioner dapat dinyatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang akan seperangkat pertanyaan atau pernyataan seringkali konsisten dari waktu ke waktu. Rumus Cronbach Alpha digunakan untuk mengukur reliabilitas (Priyatno, 2016).
- 5) Uji Normalitas dilakukan guna menyelidiki apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi yang normal. Uji statistik untuk jumlah sampel kecil menjadi tidak valid apabila variabel residual tidak berdistribusi normal atau tidak mendekati normal (Ghozali, 2016).

### 3. Hasil Temuan dan Diskusi

Peneliti melakukan uji validitas terhadap pernyataan-pernyataan yang tercantum dalam kuesioner. Dikarenakan semua  $r$  hitung lebih besar daripada  $r$  tabel, maka hasil dari uji validitas yang peneliti lakukan dapat dinyatakan valid sehingga dapat lanjut untuk melakukan uji berikutnya yaitu uji reliabilitas, yang bertujuan untuk menguji konsistensi alat ukur.

**Tabel 1.** Hasil Uji Reabilitas

Variable	Reliability Statistics		N of items
	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha based on Standardized Items	
X	0.851	0.869	7
Y	0.839	0.882	10

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Kalkulasi reliabilitas dengan rumus Cronbach Alpha dilakukan dengan memanfaatkan bantuan program SPSS versi 24. Arifin menyatakan bahwa ada ketentuan dalam pengukuran reliabilitas yaitu dengan melihat nilai alpha pada kolom Cronbach's Alpha pada tabel 3.1 dan 3.2 dan dibandingkan dengan nilai prasyarat atau konstanta yaitu 0.6 yang dapat dijabarkan sebagai berikut (Arifin, 2017).

Nilai alpha > Nilai konstanta = Reliabel

Nilai alpha < Nilai konstanta = Tidak reliabel

Berdasarkan tabel 1, dapat disimpulkan dengan nilai Cronbach Alpha 0.851 lebih besar lebih besar dari nilai konstanta 0.6, maka tujuh pernyataan variabel X itu terbukti valid dan reliabel. Sedangkan variabel Y ditemukan nilai Cronbach Alpha 0.839 lebih besar dari nilai konstanta 0.6, maka delapan pernyataan variabel Y itu terbukti valid dan reliabel. Setelah memperoleh validitas dan reliabilitas, peneliti melakukan uji koefisien korelasi. Guna menguji kuat atau tidaknya dan positif atau negatifnya hubungan variabel dependen dan variabel independen, digunakanlah uji koefisien korelasi. (Sunyoto, 2013). Hasil uji koefisien korelasi dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 24 tertera pada tabel berikut ini:

**Tabel 2.** Hasil Uji Koefisien Korelasi

Correlations			
		Efektivitas	Informasi
Efektivitas	Pearson Correlation	1	.759**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	80	80
Informasi	Pearson Correlation	.759**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	80	80

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan analisis yang diperoleh melalui SPSS versi 24 ini ditemukan bahwa nilai signifikansi dari tabel tersebut adalah 0,00. Berdasarkan asas pengambilan keputusan yaitu:

Jika nilai signifikansi < 0,05 maka berkorelasi

Jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak berkorelasi

Berdasarkan tabel 2 ditemukan bahwa variabel efektivitas komunikasi dan pemenuhan kebutuhan informasi memiliki korelasi. Dari hasil kalkulasi di tabel 2, ditemukan bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0.759. Sujarweni dan Utami mengemukakan bahwa koefisien korelasi atau keeratan hubungan antar variabel dapat dikatakan memiliki hubungan yang kuat apabila berada di antara interval 0.70-0.90 (Sujarweni & Utami, 2019). Selanjutnya, guna mengukur model dalam menjelaskan variasi variabel terikat dengan nilai antara nol dan satu, peneliti melakukan uji koefisien determinasi. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi yang dibantu dengan SPSS versi 24, diperoleh nilai *Adjusted R Square* (koefisien determinasi) sebesar 0.570 yang mempunyai arti bahwa variabel efektivitas komunikasi mempengaruhi variabel pemenuhan informasi 57%, sementara sisanya, 43% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Tabel 3.** Hasil Uji Regresi Linear

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.759 <sup>a</sup>	.576	.570	3.098	

a. Predictors: (Constant), Efektivitas  
b. Dependent Variable: Informasi

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan persamaan regresi linear pada tabel 3, konstanta sebesar 3.435 berarti nilai konsisten variabel partisipasi adalah sebesar 3.435, serta koefisien regresi X sebesar 0.984, menjelaskan bahwa tiap kali adanya penambahan 1% nilai efektivitas komunikasi, maka nilai partisipasi meningkat sebesar 0.948. Arah pengaruh variabel X terhadap Y bisa dikatakan positif dikarenakan koefisien regresi tersebut memiliki nilai yang positif.

**Tabel 4.** Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	3.435	3.009		1.141	.257
	Efektivitas	.984	.096	.759	10.292	.000

a. Dependent Variable: Informasi

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Peneliti melakukan uji t dengan alat bantu SPSS versi 24 melihat adanya pengaruh yang signifikan antara variabel efektivitas komunikasi dan pemenuhan kebutuhan informasi, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini diperoleh dari nilai t hitung yang bernilai  $10.292 > t$  tabel 1.986. Variabel efektivitas komunikasi memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi sebab nilai signifikansinya adalah  $0.00 < 0.05$ .

#### 4. Simpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis efektivitas komunikasi (X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y),  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat efektivitas

komunikasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 57%, sedangkan 43% dipengaruhi oleh faktor lain.

Dikarenakan hubungan antara efektivitas komunikasi dan pemenuhan kebutuhan informasi berada di antara interval 0.70-0.90 dan bersifat positif, maka dapat dikatakan adanya hubungan yang kuat antara efektivitas LINE Official Account Fikom Untar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi seputar perkuliahan yang dibutuhkan oleh mahasiswa-mahasiswi Fikom Untar. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa LINE Official Account Fikom Untar efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi seputar perkuliahan yang dibutuhkan oleh mahasiswa/I Fikom Untar.

## 5. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih peneliti sampaikan kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara dan semua pihak lainnya yang telah membantu peneliti dalam menyusun dan menyelesaikan penelitian ini.

## 6. Daftar Pustaka

- Anggraeni, E. Y., & Irviani, R. (2017). *Pengantar Sistem Informasi* (E. Risanto (ed.)). Andi.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar\\_Sistem\\_Informasi/8VNL DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Anggraeni+Irviani+2017+Pengantar+Sistem+Informasi&pg=PR2&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Sistem_Informasi/8VNL DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Anggraeni+Irviani+2017+Pengantar+Sistem+Informasi&pg=PR2&printsec=frontcover)
- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Elex Media Komputindo.  
[https://www.google.co.id/books/edition/SPSS\\_24\\_untuk\\_Penelitian\\_dan\\_Skripsi/hDBIDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Ghozali,+I.+\(2018\).+Aplikasi+Analisis+Multivariate+dengan+Program+IBM+SPSS+25+\(Kesembilan\).+Badan+Penerbit+Universitas+Diponegoro&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/SPSS_24_untuk_Penelitian_dan_Skripsi/hDBIDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Ghozali,+I.+(2018).+Aplikasi+Analisis+Multivariate+dengan+Program+IBM+SPSS+25+(Kesembilan).+Badan+Penerbit+Universitas+Diponegoro&printsec=frontcover)
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. In T. Surjaman (Ed.), Komunikasi dalam sebuah organisasi. Remaja Rosdakarya.
- Fakhrurrazi. (2019). *Manajemen Redaksi Pada Portal Berita Www.Lpmdinamika.Co Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Kampus Bagi Mahasiswa Uinsu Skripsi* [Universitas Islam Negeri Sumatera Utara].  
<http://repository.uinsu.ac.id/9617/1/Skripsi Full.pdf>
- Febriana, A. I. D. (2018). Determinasi Teknologi Komunikasi Dan Tutupnya Media Sosial Path. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 86.  
<https://doi.org/10.30656/lontar.v6i2.948>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. BPFU Universitas Diponegoro.
- Kemp, S. (2021, February 11). *Digital in Indonesia: All the Statistics You Need in 2021 — DataReportal — Global Digital Insights*. DataReportal.  
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Line for Business. (n.d.). *LINE Official Account*. LINE for Business. Retrieved September 8, 2021, from <https://lineforbusiness.com/th-en/service/line-oa-features>
- Priyatno, D. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*. CV. Andi Offset.
- Priyatno, D. (2016). *Buku Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya*

*dengan SPSS*. Gava Media.

Riani, N. (2017). Model Perilaku Pencarian Informasi Guna Memenuhi Kebutuhan Informasi (Studi Literatur). *Jurnal Publis*, 1(2), 14–20. <https://core.ac.uk/download/pdf/291656483.pdf>

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.

Sujarweni, W., & Utami, L. R. (2019). *The Master Book of SPSS*. Anak Hebat Indonesia.

Sunyanto, D. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Refika Aditama.