

# **PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN MEDIA LINE TODAY TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS RIAU**

**Oleh : Fitra Annisa**

**Pembimbing : Dr. Suyanto, S.Sos, M.Sc**

Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Jurnalistik

Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik

Universitas Riau

E-mail: fitraa.annisa@gmail.com

## ***Abstract***

*LINE TODAY is a feature provided by chat based social media, i.e. LINE. Feature LINE TODAY provides the latest information from a variety of categories. The information is delivered directly to the user via a personal chat notifications. In theory the Uses and Gratification audiences essentially using mass media based on certain motifs, where the media is considered trying to meet the needs of khalayaknya. The purpose of this study, i.e. to find out how big the influence of motive media use the LINE TODAY against user satisfaction on student, Faculty of social and political sciences of the University of Riau, where the audience is the research on college students by using the media LINE TODAY.*

*The method used in this research is quantitative method of explanation , the data collection through questionnaires. The location of the research done in the environmental school of social and political sciences of the University of Riau. The number of samples in this research as much as 96 respondents. Withdrawal of samples using techniques unknown populations. To find out how big the influence both of these variables, the researchers used a simple linear regression analysis. For the processing of data is carried out using a questionnaire, the statistical program Product And Service Solution (SPSS) Windows version 23.*

*Based on the results of a simple linear regression for this research, the regression coefficient values obtained in this study were  $Y = 2.860 + 0.917$  with significance level of 0.0000 and smaller than  $\alpha = 0.05$ . Whereas on the basis of test results obtained, the determination of 71.70%. That is, there is a strong influence among the motives of the use of the media LINE TODAY against user satisfaction on student, Faculty of social and political sciences of the University of Riau. While the rest of 28.30% are influenced by other indicators that are not included in this study, then it means that the  $H_a$  received  $H_o$  denied.*

*Keywords: social media, LINE TODAY, motive, gratification, satisfaction*

## PENDAHULUAN

Banyak teori dalam komunikasi massa, salah satunya adalah teori *Uses and Gratification* yang dikemukakan oleh Herbert Blumer, Elihu Katz dan Michael Gurevitch pada tahun 1974. Dalam teori ini, mereka mengungkapkan pendapat bahwa pengguna media memainkan peranan aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut (Nurudin, 2007:192). Dalam artian lain, khalayak atau pengguna media memiliki otonomi atau wewenang dalam memilih dan memperlakukan media. Inti dari teori ini adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif tertentu, yang mana media tersebut dianggap memenuhi kebutuhan khalayaknya. Khalayak ataupun audiens media merupakan sekumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, pemirsa berbagai media atau komponen isinya. Sehingga mereka menggunakan media dengan motif-motif tertentu untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Media-media yang berkembang saat sekarang ini sangat pesat. Seperti halnya media online yang merupakan sarana untuk menyampaikan pesan melalui sistem komputerisasi secara langsung yang terkoneksi dalam sebuah jaringan yaitu internet. Hal ini memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi. Namun dengan perkembangan tersebut, banyak media-media online yang bermunculan sehingga masyarakat harus memilih media mana yang mereka akses dalam memperoleh informasi, sehingga dapat mencapai kepuasan. Konsep mengukur kepuasan disebut dengan *Gratification Sought (GS)* dan *Gratification*

*Obtained (GO)*. GS merupakan kepuasan yang ingin dicari atau yang diinginkan, sehingga memiliki motif yang mendorong untuk menggunakan media. Sedangkan GO merupakan kepuasan nyata yang diperoleh seseorang setelah menggunakan media. Dengan kata lain *Gratification Obtained (GO)* dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai isi media tersebut.

LINE TODAY merupakan salah satu media *online* yang sedang banyak digemari saat sekarang ini dalam mengakses informasi. Pada dasarnya LINE TODAY merupakan fitur yang disediakan oleh media sosial berbasis chat yaitu LINE. LINE adalah aplikasi chat yang menyediakan banyak fitur seperti *free call*, *game*, *emoticon*, *theme* serta *sticker* yang menjadi unggulan dari aplikasi ini. Dewasa ini, aplikasi LINE semakin berkembang yang mulanya hanya bisa diakses di smartphone kini bisa diakses di PC (Personal Computer). LINE dikembangkan oleh perusahaan Jepang bernama NHN Corporation dan pertama kali dirilis pada Juni 2011. Mulanya LINE hanya dapat digunakan pada sistem iOS dan Android, lalu pada tahun 2012 LINE resmi meluncurkan aplikasi yang dapat digunakan pada perangkat Mac dan Windows.

Kesuksesan LINE terlihat pada tahun 2014 Indonesia menduduki posisi kedua pengguna LINE terbanyak di dunia dengan jumlah 30 juta pengguna setelah Jepang dengan jumlah pengguna 52 juta. Pada tahun 2016, pengguna LINE mengalami peningkatan 200 persen dari tahun 2014 dengan 220 juta pengguna aktif di dunia dan sementara di Indonesia

mencapai lebih dari 90 juta pengguna. Hal ini membuat Indonesia masuk kedalam empat Negara dengan jumlah pengguna LINE terbesar (<http://m.beritasatu.com/digital-life/383212-pengguna-line-di-indonesia-tembus-90-juta.html>), diakses pada Jumat, 31 Maret 2017, pukul 08.00 WIB).

Merujuk pada jumlah pengguna LINE tersebut, hal ini juga akan berdampak bagi para pengakses LINE TODAY. Hal ini disebabkan LINE TODAY yang langsung disediakan pihak LINE berisi berbagai macam informasi bagi penggunanya. LINE TODAY ini di luncurkan dengan latar belakang banyaknya berita *hoax* (palsu) yang sekarang beredar. Melihat hal ini, Ongki Kurniawan yang merupakan Managing Direktur LINE Indonesia mengungkapkan LINE memiliki tim kurasi khusus untuk menyeleksi berita-berita yang berkualitas dan bisa dipercaya dan menyortir berita-berita palsu (dikutip dalam info komputer <https://www.infokomputer.com/tag/line-today/> diakses pada Minggu, 12 Maret 2017 pukul 18.00 WIB).

Saat sekarang ini media sosial pada umumnya membagikan informasi-informasi pada medianya. Namun uniknya LINE TODAY dibandingkan media lain yaitu mereka lebih menonjolkan berita yang terbaru atau yang masih *hot news* sehingga pengguna tertarik untuk membaca informasi tersebut. Selain itu, untuk memudahkan dalam pengaksesan berita, dimana LINE menyediakan tempat khusus bagi LINE TODAY dengan tampilan yang tidak jauh berbeda dengan portal berita online lainnya sehingga sangat mudah diakses

para pengguna. LINE TODAY juga melakukan *updating* (pembaharuan) berita setiap waktunya dimana pembitahuan ini dikirim pada waktu pagi dan malam hari oleh pihak LINE. Kemudian, informasi yang dibagikan LINE TODAY bisa dishare kembali dan kemudian akan muncul di timeline atau bahkan bisa dishare ke media sosial lainnya, sehingga para pengguna media sosial melihat berita tersebut juga ikut mengakses berita dari line today tersebut.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah diteliti oleh Rian Ikrawansyah Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Riau tahun 2015 dengan judul Pengaruh Motif Penggunaan Aplikasi *Line* terhadap Kepuasan Pengguna Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi di Kota Pekanbaru, dimana penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Gratification* dengan responden 132 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan Nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah  $Y = 2,274 + 0,052$  dengan nilai konstanta (a) yang signifikan dengan 0,0003 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ . Berdasarkan uji determinasi ditemukan hasil 53,5%. Kemudian skor mean pada variabel independen GO lebih besar dari GS dimana skor tersebut dengan selisih 0,837. Hal ini dapat dimaksudkan bahwa adanya pengaruh dari motif penggunaan aplikasi terhadap kepuasan pengguna pada mahasiswa Ilmu Komunikasi di Kota Pekanbaru dalam kategori sedang. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Berdasarkan fakta diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Motif Penggunaan Media LINE TODAY**

## **Terhadap Kepuasan Pengguna pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau”.**

### **TINJUAN PUSTAKA**

#### **Teori Uses and Gratification**

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

#### **Media Sosial**

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi perkembangan *web* baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebarkan konten mereka sendiri. *Post* di blog, *tweet*, atau video *youtube* dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis menurut Zarella (dalam Miranda, 2017:23).

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi

berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”. Sedangkan definisi situs jejaring sosial menurut Boyd & Ellison adalah layanan berbasis *web* yang mengizinkan individu untuk mengkonstruksi profil/semi publik di dalam sistem terikat, menghubungkan sekelompok pengguna yang saling berbagi koneksi dan melintasi koneksi-koneksi dan lainnya dalam sebuah sistem (Miranda,2017:23). Jenis dan tata cara koneksi ini mungkin beragam satu sama lainnya. Keunikan jejaring sosial adalah bukan karena semata-mata media ini mampu membuat individu bertemu orang yang tidak dikenal, namun karena media ini dapat membuat para penggunanya terhubung dan memperhatikan jaringan sosial mereka

#### **Motif Penggunaan Media**

Motif adalah daya penggerak dalam diri seseorang untuk melakukan kegiatan tertentu demi mencapai suatu tujuan tertentu (Walgitto, 2010: 107). Sedangkan pengertian motif pengguna media yang dikenal dengan *Gratification Sought* (GS) menurut McQuail (dalam Kriyantono, 2006: 211) adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan oleh khalayak ketika menggunakan atau menyaksikan suatu jenis media tertentu. Dengan kata lain, khalayak akan memilih tayangan atau media tertentu, yakni didasari oleh motif pemenuhan kebutuhan. Dapat dikatakan *Gratification Sought* dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang akan diberikan oleh media dan evaluasi seseorang mengenai isi media.

### **Kepuasan Diperoleh**

Kepuasan ini berkaitan dengan perasaan, apabila perasaan yang dirasakan telah sesuai dengan harapan, serta dapat memenuhi kebutuhan maka kepuasan tersebut telah terpenuhi. Kepuasan yang diperoleh dari penggunaan media dikenal dengan *Gratification Obtained* (GO). Menurut McQuail (Kriyantono, 2006: 213) *Gratification Obtained* (GO) adalah sejumlah kepuasan nyata yang diperoleh individu atau terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan tertentu atau tanggapan setelah individu tersebut menggunakan atau menyaksikan sebuah media.

*Gratification Obtained* ini mempertanyakan hal-hal yang khusus mengenai apa saja yang telah diperoleh setelah menggunakan media dengan menyebutkan acara atau rubrik tertentu secara spesifik. Mengukur GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*) melihat apakah terjadi kesenjangan antara *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* hal ini dilakukan untuk mengukur kepuasan dalam menggunakan media.

### **Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan alur pikiran peneliti untuk menghubungkan masalah dengan teori komunikasi, dimana teori yang digunakan harus sesuai dengan masalah yang akan diteliti. Kerangka pemikiran juga merupakan kajian tentang bagaimana hubungan teori dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi dalam perumusan masalah. Untuk menemukan dan memecahkan masalah dalam penelitian

ini, maka penulis menyusun sebuah kerangka berpikir yang terdiri dari teori-teori yang menjadi pokok pikiran dalam mendeskripsikan masalah yang akan diteliti sehingga tidak melenceng.

Penelitian ini berangkat dari teori Penggunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratification*) dimana khalayak atau pengguna memiliki motif-motif tertentu dalam penggunaan media sehingga mendapatkan kepuasan bagi mereka. Media yang digunakan yaitu media LINE TODAY dimana media ini merupakan fitur dari aplikasi LINE yang berisi informasi. Adapun Variabel Independen (variabel x) yaitu motif penggunaan Media LINE TODAY dengan indikator motif penggunaan media oleh McQuail (dalam Kriyantono, 2006: 213-214) yang terdiri dari empat motif yaitu *informasi, identitas diri, integritas dan interaksi sosial dan hiburan*. Hal ini akan berkaitan dengan variabel dependen (y) yaitu kepuasan pengguna dengan indikator yang disesuaikan dengan motif penggunaan media tadi yaitu dari McQuail dalam Kriyantono (2006:215-216) yaitu *Kepuasan Informasi, Identitas Pribadi, Integritas dan Interaksi Sosial, dan Hiburan*. Dalam hal ini, penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh motif penggunaan media *LINE TODAY* terhadap kepuasan pengguna pada mahasiswa FISIP Universitas Riau.

### **Hipotesis**

Hipotesis adalah pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih perlu diuji terlebih dahulu dan karenanya masih bersifat sementara atau dugaan.

Hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan kedalam bentuk,

a.  $H_0$  (*The Null Hypothesis*)

“Tidak terdapat pengaruh yang besar antara motif penggunaan media LINE TODAY terhadap Kepuasan Pengguna pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau”

b.  $H_a$  (*The Alternative Hypothesis*)

“Terdapat pengaruh yang besar antara motif penggunaan media LINE TODAY terhadap Kepuasan Pengguna”

## **METODE PENELITIAN**

### **Desian Penelitian**

Metode yang digunakan untuk judul “Pengaruh Motif Penggunaan Media LINE TODAY Terhadap Kepuasan Pengguna pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau”. ini adalah riset kuantitatif, dimana data penelitian berupa angka-angka dan analisis yang menggunakan statistik (Sugiyono, 2010: 7).

Sementara itu jenis atau tipe riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Eksplanasi. Eksplanasi dimaksudkan untuk menjelaskan suatu generalisasi sampai terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbandingan, atau pengaruh suatu variabel dengan yang lain. Jadi penelitian eksplanasi memiliki kredibilitas untuk mengukur, mengukur hubungan sebab akibat dari dua atau beberapa variabel dengan menggunakan analisis statistik inferensial (Bungin, 2005:38).

### **Lokasi dan Jadwal Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, yakni di salah satu Perguruan Tinggi Negeri (PTN) Universitas Riau yang beralamat di Kampus Bina Widya Jl. HR. Soebrantas KM 12,5 Simpang Baru, Panam. Dan lebih spesifiknya di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.

Jadwal penelitian yang dilaksanakan peneliti merupakan proses pengumpulan data, pengolahan dan penyuntingan data, yang dilaksanakan dari bulan Januari 2017 hingga Agustus 2017.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah subjek penelitian sebagai sarana untuk mendapatkan dan mengumpulkan data disebut populasi. Menurut Riduwan, (2012:54) populasi adalah mahasiswa yang aktif di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Riau. Jumlah mahasiswa yang aktif di FISIP sebanyak 5058 (periode Maret 2017).

Maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah 96 responden/mahasiswa FISIP Universitas Riau. Sampel tersebut akan dipilih secara acak pada lokasi penelitian yaitu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.

### **Jenis dan Sumber Data**

#### **Data Primer**

Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (Bungin, 2011:132), data ini diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Pada penelitian ini data primer meliputi data hasil penyebaran kuesioner kepada responden. Data primer dapat



berbentuk opini subjek secara individual atau kelompok, dan hasil observasi terhadap karakteristik benda (fisik), kejadian, kegiatan dan hasil suatu pengujian tertentu. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari Mahasiswa FISIP Universitas Riau yang mana hasil dari pengisian kuesioner dan observasi.

#### **Data Sekunder**

data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan (Bungin, 2011:132). Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan oleh pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahnya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Data sekunder pada umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi oleh lembaga tertentu yang dipublikasikan

(Ruslan,2004:138). Data sekunder dalam penelitian ini yaitu berasal dari referensi buku, situs LINE, dta internet dan data pendukung lainnya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Karakteristi Responden**

Berdasarkan jenis kelamin responden terbanyak adalah Perempuan dengan jumlah 73 orang atau 76,04%. Dari segi usia responden terbanyak pada usia 22 tahun sebanyak 49 orang atau 51,04%. Selanjutnya berdasarkan jurusan responden terbanyak Ilmu komunikasi sebanyak 28 responden atau 27,08%.

### **Rekapitulasi Tanggapan Responden**

Tabel 1 merupakan hasil rekapitulasi tanggapan responden melalui pengisian kuesioner.

**Tabel 1**  
**Rekapitulasi Tanggapan Rasponden**

No	Indikator	Kategori Jawaban				Total Skor
		SS	S	TS	STS	
		4	3	2	1	
1.	Motif Informasi	24 (25,35%)	61 (63,19%)	11 (11,11%)	-	96 (100%)
2.	Motif Identitas Pribadi	15 (15,63%)	60 (62,85%)	19 (20,14%)	1 (1,39%)	96 (100%)
3.	Motif Integritas	8 (7,99 %)	49 (50,69%)	36 (37,15%)	4 (4,17%)	96 (100%)
4.	Motif Hiburan	20 (21,18%)	54 (56,25%)	19 (20,14%)	2 (2,43%)	96 (100%)

No	Indikator	Kategori Jawaban				Total Skor
		SS	S	TS	STS	
		4	3	2	1	
1.	Kepuasan informasi	15 (15,97%)	68 (71,18%)	12 (12,15%)	1 (0,69%)	96 (100%)
2.	Kepuasan Identitas Pribadi	12 (12,15%)	59 (61,46%)	25 (26,04%)	-	96 (100%)
3.	Kepuasan Integritas dan Interaksi sosial	10 (10,07%)	55 (57,64%)	28 (29,51%)	3 (2,78%)	96 (100%)
4.	Kepuasan Hiburan	20 (20,83%)	59 (61,46%)	15 (15,28%)	2 (2,43%)	96 (100%)

**Sumber : Data olahan peneliti, 2017**

Secara umum penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian ini sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan bahwa sebagian besar tanggapan dominan pada kategori sangat setuju dari responden terhadap indikator - indikator pada variabel penelitian.

pengujian validitas dengan pengujian SPSS menyatakan bahwa semua butir pertanyaan dapat digunakan karena koefisien lebih besar dari 0,30 sehingga dapat dikatakan memenuhi syarat validitas yang artinya item pertanyaan tersebut layak untuk dijadikan sebagai pertanyaan dalam penelitian ini.

### **Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

#### **Uji Validitas**

Uji validitas yang menggunakan SPSS Windows versi 23 pada tabel dengan nama item-total statistik. Suatu butir pernyataan dikatakan valid jika nilai r-hitung yang merupakan nilai dari corrected item-total correlation koefisien yang berkisar antara 0,30 sampai 0,50 telah dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap efisiensi suatu lembaga penelitian (Nugroho, 2005). Oleh karena itu, masing-masing butir pernyataan dikatakan valid apabila nilai dari corrected item-total correlation minimal sebesar 0,30. Dari

#### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan koefisien responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Variabel tersebut akan dikatakan reliabel jika Cronbach's Alpha-Nya memiliki nilai lebih besar dari 0,6 (Azwar, 2004:158).



**Tabel 2**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner**

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
<b>Variabel X</b> (Motif Penggunaan Media)	12	0,859	<b>Reliabel</b>
<b>Variabel Y</b> (Kepuasan Pengguna)	12	0,869	<b>Reliabel</b>

**Sumber: Data olahan peneliti, 2017**

### **Analisis Regresi Linier Sederhana**

Untuk menguji apakah kedua variabel berpengaruh yaitu antara motif penggunaan media *LINE TODAY* terhadap kepuasan pengguna pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, maka pengujian hipotesisnya akan dilakukan dengan menggunakan analisis statistik menggunakan rumus regresi linear sederhana, dengan rumusnya sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = subjek variabel Semangat Kerja

X = subjek variabel Komunikasi Pimpinan

a = konstanta (harga Y bila X = 0)

b = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel bebas (X) yang didasarkan pada hubungan variabel terikat (Y)

n = jumlah sampel

**Tabel 3**  
**Rekapitulasi Perhitungan Statistik**

No	Variabel	Koefisien Regresi	T Hitung	T Tabel	Signifikansi
1.	<b>Konstanta (a)</b>	2.860			
2.	<b>Motif Penggunaan Media</b>	.917	15,434	1,985	0,000

**Sumber : Data olahan peneliti, 2015**

Berdasarkan tabel 3 terlihat hasil regresi linear sederhana, diperoleh nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah  $Y = 2,860 + 0,917 X$ . Bilangan konstanta (a) sebesar 2,860 dan koefisien variabel motif penggunaan media sebesar 0,917.

Sementara itu t hitung 15,434 lebih besar jika dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,985, dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ . Jika nilai signifikansi lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , Berdasarkan perhitungan statistik yang diperoleh, maka

hipotesis untuk penelitian ini yaitu  $H_a$  Terdapat pengaruh yang besar antara motif penggunaan media LINE TODAY terhadap Kepuasan Pengguna.

#### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien

determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi pada variabel lain (Sentosa dan Ashari, 2005:125). Untuk menganalisanya dengan menggunakan output SPSS dapat dilihat pada tabel “Model Summary”.

**Tabel 4**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.847 <sup>a</sup>	.717	.714	2.424

**Sumber : Data olahan peneliti, 2017**

Tabel “Model Summary” tersebut memperlihatkan bahwa nilai  $R = 0,847$  dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebesar 0,717 hasil dari pengkuadratan koefisien korelasi  $0,847 \times 0,847$ . Angka tersebut menunjukkan pengertian bahwa sumbangan pengaruh variabel motif penggunaan media terhadap kepuasan pengguna adalah sebesar 71,70 % dengan kategori sedang. Sementara sisanya sebesar 28,30% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

#### Pembahasan

Berdasarkan pada pemaparan sebelumnya menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki signifikansi sebesar 0,000 itu artinya hasil tersebut lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima, dengan artian terdapat pengaruh motif pengguna media LINE TODAY terhadap kepuasan pengguna pada

mahasiswa FISIP Universitas Riau. Dan dari nilai  $R$  menunjukkan korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen yakni bahwa nilai  $R$  sebesar 0,847 maka dari model summary diatas diketahui nilai  $R^2$  sebesar 0,717. Artinya adalah terdapat pengaruh motif pengguna media LINE TODAY terhadap kepuasan pengguna pada mahasiswa FISIP Universitas Riau, dengan pengaruh sebesar 71,70% yang dikategorikan berpengaruh kuat. Berikut penjelasan terkait dengan hasil penelitian tersebut.

Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti, bahwa motif penggunaan media berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dalam mendapatkan informasi. Hal ini disebabkan memang alat komunikasi media saat ini secara umum membuat audiens lebih leluasa dalam memilih media, setiap berita ataupun informasi

dapat diakses dengan mudah, dapat diakses cepat dan langsung, dapat menyertakan teks, suara, gambar, video dan komponen lainnya. Dapat dilihat dari hasil tanggapan responden terhadap motif informasi pada tabel 5.9 banyak dari responden menjawab setuju motif informasi menjadi salah satu latar belakang mereka untuk menggunakan LINE TODAY dan jika dibandingkan dengan indikator penggunaan media, motif informasi merupakan paling besar persentasenya. Hal ini akan berdampak kepada adanya kepuasan pengguna LINE TODAY pada mahasiswa FISIP Universitas Riau dari motif penggunaan media LINE TODAY yang disebabkan oleh adanya pemberitahuan yang dikirim secara personal kepada pengguna serta kemudahan dalam mengaksesnya. Pada umumnya untuk tiap-tiap item pada masing-masing indikator secara keseluruhan sama-sama dominan menyatakan setuju. Hal inilah yang kemudian melalui perhitungan statistik diperoleh pengaruh yang besar yaitu sebesar 71,70% yang tergolong berpengaruh kuat.

Berdasarkan hasil dari penelitian tentang indikator motif penggunaan media yang terdiri dari Motif Informasi, Motif Identitas Pribadi, Motif Integritas, Motif Hiburan, peneliti menjabarkan kedalam 12 pernyataan yang masing-masing mewakili setiap indikator yang termasuk dalam variabel motif penggunaan media. Hasil dari rekapitulasi didapatkan bahwa indikator Motif Informasi memiliki nilai tertinggi dengan kategori jawaban sangat setuju sebanyak 24 responden atau 25,35%, 61 responden

atau 63,19% menjawab setuju, 11 responden atau 11,11% menjawab tidak setuju sedangkan tidak seorangpun menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa indikator Motif Informasi yang paling berpengaruh pada variabel motif penggunaan media.

Berdasarkan hasil dari penelitian tentang indikator kepuasan yang terdiri dari Kepuasan Informasi, Kepuasan Identitas Pribadi, Kepuasan Integritas dan Sosial, Kepuasan Hiburan, peneliti menjabarkan kedalam 12 pernyataan yang masing-masing mewakili setiap indikator yang termasuk dalam variabel kepuasan. Hasil dari rekapitulasi didapatkan bahwa indikator Kepuasan Hiburan memiliki nilai tertinggi dengan kategori jawaban sangat setuju sebanyak 20 responden atau 20,83%, 59 responden atau 61,46% menjawab setuju, 15 responden atau 15,28% menjawab tidak setuju, dan dua responden atau 2,43% yang menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa indikator Kepuasan Hiburan yang paling berpengaruh pada variabel kepuasan.

Aplikasi LINE merupakan satu dari beberapa media sosial berbasis messenger yang sangat populer dan merupakan salah satu aplikasi messenger dengan rating yang cukup tinggi di Indonesia, karena memiliki tampilan dan konten yang menarik seperti adanya sticker dan game di sajikan dalam bentuk yang unik dan cukup menghibur dibandingkan dengan media messenger lainnya. LINE TODAY merupakan bagian dari media sosial LINE yang sangat

berkembang sat sekarang ini. LINE TODAY merupakan feature yang disediakan pihak LINE untuk pengguna dapat mengakses informasi baik berupa berita maupun artikel-artikel. LINE TODAY ini tidak jauh fungsinya dengan media online lainnya seperti portal berita yaitu untuk memberikan informasi terbaru bagi khalayaknya walaupun LINE TODAY tidak memiliki tim reporter namun mereka memiliki kurasi khusus untuk menyeleksi berita ataupun informasi yang dibagikan kepada khalayaknya. Sebagai media yang cukup dikatakan baru, banyak para pengguna merasa puas telah mendapat informasi dari LINE TODAY tersebut, hal ini tergambar dari hasil penelitian ini terlihat bahwa skor mean pada variabel independen *Gratification Sought* (motif penggunaan media) lebih kecil dari pada skor mean variabel dependen *Gratification Obtained* (kepuasan yang diperoleh), dimana skor *Gratification Obtained* lebih besar dibanding skor *Gratification Sought* dengan selisih mean 0,000 artinya kepuasan yang diterima lebih besar daripada motif penggunaan. Sementara untuk skor mean tiap kategori, untuk kategori motif informasi > kepuasan informasi, kemudian motif identitas pribadi > kepuasan identitas pribadi, motif integritas dan interaksi sosial < kepuasan integritas dan interaksi sosial hal ini berarti kepuasan pengguna terpenuhi dan motif hiburan < kepuasan hiburan indikator ini pun menunjukkan kepuasan pengguna terpenuhi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori *Uses and Gratification* yang terdapat pada bab II, teori *Uses*

*and Gratification* yang dikemukakan oleh Herbert Blumer, Elihu Katz dan Michael Gurevitch pada tahun 1974. Dalam teori ini, mereka mengungkapkan pendapat bahwa pengguna media memainkan peranan aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut (Nurudin, 2007:192). Dalam artian lain, khalayak atau pengguna media memiliki otonomi atau wewenang dalam memilih dan memperlakukan media. Dalam hal ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas merupakan pengguna media yang memiliki otonomi dan wewenang dalam memilih media dan memperlakukan media tersebut. Pada intinya teori dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau pada dasarnya mengakses LINE TODAY dengan motif-motif tertentu seperti yang diungkap Kriyantono (2008:206) dimana media yaitu dalam hal ini adalah LINE TODAY berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang disebut sebagai media efektif.

### **Kesimpulan**

Hasil analisis yang ditemukan pada penelitian pengaruh motif penggunaan media LINE TODAY terhadap kepuasan pengguna pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau dan merupakan hasil dari pengolahan data regresi linear sederhana, menggunakan program SPSS 23 *for windows*, menunjukkan hasil sebagai berikut:

- a. Motif penggunaan media berpengaruh positif terhadap kepuasan. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t*-hitungnya adalah 15,434 dengan signifikansi *t*

hitung sebesar 0,000. Nilai  $t$  hitung yang didapat lebih besar dari  $t$  tabel yaitu  $15,434 > 1,986$ .

- b. Besarnya nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,717. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu motif penggunaan media (X) tersebut memberikan sumbangan terhadap kepuasan pengguna pada mahasiswa FISIP Universitas Riau (Y) sebesar 71,70% dengan kategori kuat. Artinya motif penggunaan media LINE TODAY (X) mempengaruhi pengguna pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Riau.

#### **Saran**

Adapun saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat pengaruh motif penggunaan media LINE TODAY terhadap kepuasan pengguna pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau sebesar 71,70% yang termasuk dalam kategori kuat, hal ini menunjukkan bahwa media LINE TODAY yang merupakan media baru dapat berpengaruh terhadap pengguna terutama mahasiswa. Walaupun

demikian, mahasiswa juga harus memilih-milih berita ataupun informasi untuk diakses dan dapat diterapkan sehari-hari guna menambah wawasan. Selain itu diharapkan juga media LINE TODAY dapat membagikan berita yang lebih dikemas jauh lebih baik karena tingkat pembaca dari LINE TODAY yang besar.

- b. Untuk mengembangkan Ilmu Komunikasi terkait pengaruh media sosial LINE dimana semakin berkembang seperti adanya LINE TODAY, dan diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan untuk meneliti objek yang sama, yaitu mengenai motif penggunaan media LINE TODAY terhadap kepuasan pengguna agar dapat melakukan penelitian di luar faktor yang telah disajikan dalam penelitian ini. Sehingga hasil dari penelitian nantinya akan lebih melengkapi dan beragam.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ardianto, Elvinaro dan Komala 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta

- Azwar, S. 2004. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta : Pustaka Belajar
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- . 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya
- . 2004. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Statistic 2*. Jakarta : Bumi Aksara
- Ishak. 2006. *Kebutuhan Informasi Mahasiswa Program Pendidikan Dokter Spesialis (PPDS) FK-UI dalam Memenuhi Tugas Journal reading*. Pustaka: Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi. Vol.2 No.2
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Media Grup.
- . 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Narbuko, Cholid. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaludin. 1993. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- . 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- . 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rodaskarya.
- . 2012. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Riau, Universitas. 2013. *Buku Pedoman Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik 2013/2014*. Pekanbaru: UR Press
- Ruslan, Rosady. 2004. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta : Grafindo Persada.
- Severin, Werner dan Tankard, James W. 2008. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terpaan di Dalam Media Massa Edisi Kelima*. Jakarta: Kencana.



Silalahi.2003. *Metode Penelitian dan Studi Kasus*.Sidoarjo: Citra Media.

Sugiyono, 2010.*Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Walgito, Bima. 2010. *Pengantar Psikologi*. Jakarta: Andi.

Wiryanto.2003. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo.

Yusuf, Muri. 2013. *Metode Penelitian*. Jakarta : Kencana.

#### **Jurnal :**

Fitrianur, Irfan.2016. *Analisis Efek Penggunaan Media Sosial LINE Mesenger Pada Remaja di SMK Negeri 1 Samarinda*.e-journalIlmu Komunikasi FISIP Unmul Vol. 4 No.4.

Innova, Eureka Intan. 2016. *Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komuniatas Instameet Indonesia* e-journal Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra,Surabaya Vol 4 No.1

#### **Skripsi :**

Ikrawansyah, Rian. 2015. *Pengaruh Motif Penggunaan Aplikasi LINE Terhadap KepuasanPengguna pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Kota Pekanbaru*

Martius. 2015. *Pengaruh Motif Penggunaan Media Online Bola.Net terhadap Kepuasan yang Diperoleh Milanisti Seizone Pekanbaru*

#### **Sumber Lain:**

<https://www.infokomputer.com/tag/baca-berita/> (diakses pada Senin,13 Maret 2017 pukul 20.00 WIB)

<http://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/>(diakses Jumat, 10 Maret 2017 pukul 17.35 WIB)

<http://m.beritasatu.com/digital-life/383212-pengguna-line-di-indonesia-tembus-90-juta.html> (diakses pada Jumat, 31 Maret 2017, pukul 08.00 WIB)

<http://www.infokomputer.com/tag/line-today/> (diakses pada Minggu, 12 Maret 2017 pukul 18.00 WIB)

<http://www.republika.co.id/berita/koran/bincang-bisnis/16/09/19/odqrk111-bincang-bisnis-ongki-kurniawan-managing-director-line-indonesia-curi-hati-orang-indonesia> (diakses pada Selasa,14 Maret 2017 pukul 20.00 WIB)

<http://sapariari3285holi.blogspot.co.id/2016/05/dunia-line-media-sosial.html> (diakses pada Minggu,19 Maret 2017 pukul 17.30 WIB)