

## DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner .....	85
Uji Validitas .....	88
Pemanfaatan LINE Siaga (Variabel X) .....	88
Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Variabel Y).....	89
Uji Reliabilitas .....	92
Pemanfaatan LINE Siaga (Variabel X) .....	92
Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Variabel Y) .....	93
Statistik Deskriptif Tanggapan Responden .....	94
Pemanfaatan LINE Siaga (Variabel X) .....	94
Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Variabel Y) .....	98

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi pada saat ini sudah memasuki seluruh aspek kehidupan manusia. Teknologi memberikan kemudahan manusia dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Salah satu contoh teknologi yang dipakai oleh manusia adalah alat komunikasi. Alat komunikasi yang sering digunakan oleh manusia adalah telepon, bermula dari telepon kabel kemudian berevolusi menjadi telepon genggam yang memiliki fitur-fitur canggih. Teknologi berkembang beriringan dengan berkembangnya internet di dunia. Dikutip dari Kompas.com, dengan hadirnya internet dalam kehidupan manusia dapat memberikan beberapa manfaat. Beberapa manfaat itu adalah untuk sarana konektivitas dan komunikasi sehingga orang di seluruh dunia dapat saling terhubung dan memungkinkan manusia untuk berkomunikasi saat itu juga dalam waktu yang singkat dengan jarak yang terpisah jauh. Manfaat berikutnya, internet digunakan untuk akses informasi, pengetahuan dan edukasi dimana internet mengandung beragam pengetahuan dan informasi yang tidak terbatas, sehingga manusia dapat menjadikan internet sebagai sarana dalam meningkatkan kemampuan diri dengan menguasai berbagai bidang yang mungkin tidak didapatkan di dunia pendidikan formal dan beberapa manfaat lainnya seperti sebagai sarana mencari alamat atau pemetaan, memudahkan manusia dalam berbisnis dan sebagai sarana hiburan (Rhani, 2020).

Sesuai dengan manfaatnya, internet memberikan informasi dengan cepat kepada penggunanya, salah satunya memberikan informasi terkait pandemi virus corona yang sedang melanda seluruh negara di dunia. Internet menghadirkan media baru yaitu media sosial, media ini digunakan sebagai salah satu tempat untuk pertemanan dengan orang-orang di seluruh dunia dan juga tempat untuk bertukar informasi antara satu dengan yang lain. Adanya media sosial menjadikan masyarakat, khususnya masyarakat Indonesia, dapat mengetahui informasi yang terjadi di sekitar tempat tinggalnya. Media sosial yang terkenal di Indonesia seperti Facebook, LINE, Twitter, Youtube, WhatsApp dan Instagram, LinkedIn, Tiktok, Pinterest dan Telegram (HootSuite, 2020). Pada kesempatan kali ini, peneliti akan menggunakan media sosial LINE untuk diteliti. Aplikasi LINE merupakan sebuah aplikasi pengirim pesan instan gratis yang dapat digunakan baik di telepon genggam maupun di komputer. LINE dapat digunakan untuk mengirim pesan teks, stiker, gambar, video, pesan suara dan lain-lain. Pada tahun 2019, terciptalah akun resmi dari pihak LINE yang bernama LINE Siaga yang berguna untuk memberikan informasi terbaru mengenai COVID-19. Seperti yang dikutip dalam *tirto.id* (2021), bahwa pandemi membawa perubahan yang signifikan dalam sektor digital, salah satunya pada aplikasi LINE. Aplikasi ini mengalami kenaikan pengguna yang digunakan untuk mengisi waktu di masa pandemi ini. Dilansir dari *tirto.id* (2020), sebanyak 100 persen panggilan grup meningkat pada Desember 2020 dibandingkan dengan Desember 2019. Matthew Tanudjadja sebagai *Product & Engineering Lead* LINE Indonesia menyatakan bahwa kondisi pandemi mendorong penggunaannya untuk tinggal di rumah dan tetap

terhubung melalui layanan aplikasi komunikasi (Kristina,2021). Pada saat jumpa pers, LINE Indonesia mengatakan bahwa akun LINE Siaga menyajikan informasi terpercaya terkait COVID-19 yang berasal dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, serta bencana gempa bumi dari BMKG, dan informasi terkait COVID-19 juga dapat dijumpai di *timeline* yang selalu diperbaharui setiap saat (tirto.id, 2020). LINE Indonesia mencoba untuk memenuhi kebutuhan informasi penggunanya khususnya informasi akan COVID-19 melalui satu media sosial. LINE Siaga hadir dengan memberikan fitur-fitur untuk membantu penggunanya dalam mencari informasi terkait COVID-19. Fitur yang diberikan diantaranya ada *Hotline* COVID-19 yang digunakan untuk melakukan panggilan darurat, ada statistik data penyebaran COVID-19 di Indonesia, kemudian ada artikel fakta tentang COVID-19 yang dapat dijadikan sebagai bahan edukasi bagi penggunanya. LINE Siaga hadir tidak hanya menjadi media edukasi tetapi juga untuk berkomunikasi seperti tanya jawab seputar COVID-19 dan sarana panggilan darurat bagi pengguna yang membutuhkan.

Sebelumnya, perlu diketahui bahwa virus dengan nama asli Novel Coronavirus diberi nama oleh *World Health Organisation* (WHO) dengan nama COVID-19. Virus ini berasal dari kota Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok, China pada bulan Desember 2019 yang kemudian menyebar ke seluruh dunia dengan sangat cepat. Menurut data WHO seperti pada gambar di bawah, sampai tanggal 13 November 2020 sudah ada 52.487.476 kasus terkonfirmasi termasuk 1.290.653 kasus kematian di dunia. Indonesia terdapat 452.291 kasus terkonfirmasi termasuk 14.933 kasus kematian. Dari data tersebut kita dapat melihat dan mengamati

perkembangan dari virus yang satu ini. Dengan mengetahui data tersebut, masyarakat diharapkan dapat mengambil tindakan dalam pencegahan dan penanganan virus ini. Masyarakat juga diharapkan menjadi lebih taat akan peraturan atau protokol kesehatan yang ditetapkan pemerintah dalam menghadapi pandemi COVID-19.

Gambar 1.1  
Peta Persebaran COVID-19 di Dunia dan Indonesia



u

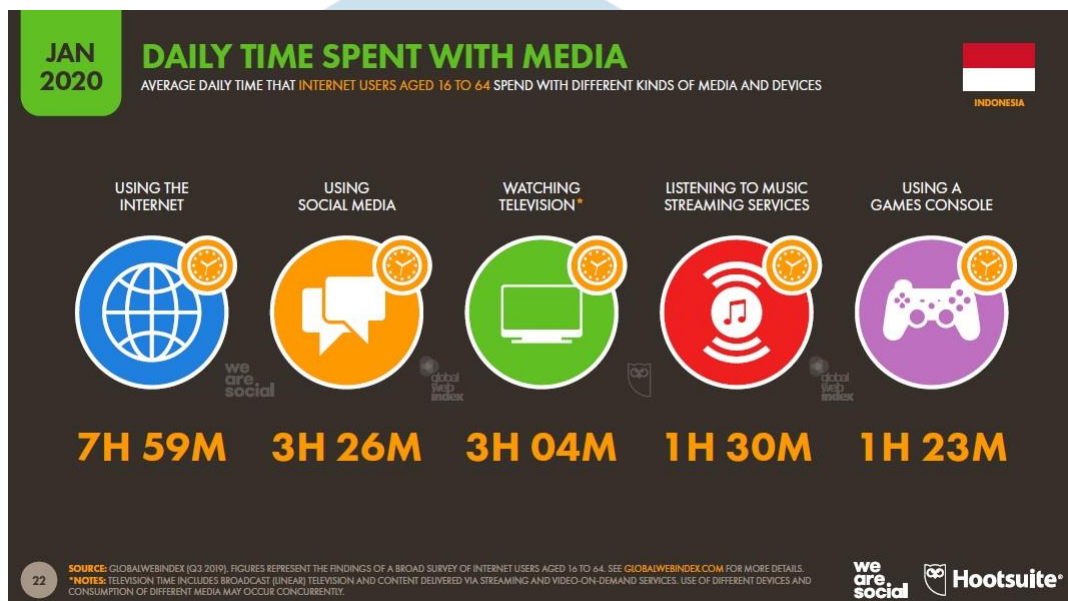
(sumber : <https://covid19.who.int>)

Informasi mengenai COVID-19 tentu merupakan salah satu informasi yang sangat dibutuhkan masyarakat saat ini. Sehingga untuk memenuhi kebutuhan informasi akan COVID-19, manusia akan melakukan berbagai hal untuk mendapatkannya, salah satunya dengan mengakses media sosial. Dalam kehidupan sehari-hari manusia dapat menghabiskan waktunya hanya untuk berselancar di media sosial. Berdasarkan hasil survei HootSuite: *Indonesian Digital Report 2020*, rata-rata masyarakat Indonesia menggunakan internet adalah 7 jam, 59 menit dan rata-rata penggunaan media sosial adalah 3 jam, 26 menit. Dengan durasi tersebut

seharusnya manusia mendapatkan informasi yang sepadan untuk memenuhi kebutuhan informasinya.

Gambar 1.2

### Hasil Riset Masyarakat Indonesia dalam Menggunakan Media



(Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-reposrt-2020/>)

Penelitian ini akan melihat ada atau tidaknya hubungan antara pemanfaatan LINE Siaga terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FISIP UAJY. Peneliti memilih LINE Siaga sebagai media online dalam penelitian ini karena aplikasi LINE merupakan salah satu aplikasi pemersatu yang digunakan oleh mayoritas mahasiswa selama berdinamika di UAJY khususnya di Fakultas ISIP. Hal ini dialami sendiri oleh penulis semasa masih menjadi mahasiswa baru, untuk berkomunikasi dengan teman satu angkatan maka dibuatlah “grup angkatan”. Kemudian untuk memudahkan komunikasi antar teman sekelas maka dibuatlah “grup kelas”, sehingga mengharuskan mahasiswa untuk menggunakan LINE.

Selain itu, LINE merupakan satu-satunya aplikasi yang didukung dan dipercayai oleh pemerintah dalam menyebarkan atau memberikan informasi terkait COVID-19 dalam bentuk akun resmi LINE Siaga. Dengan demikian, teori yang mendasari penelitian ini adalah teori *Uses and Gratification* yang dikemukakan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumer dan Michael Gurevitch dalam buku West & Turner (2008). Dimana teori ini merupakan teori yang berfokus pada khalayak. Teori ini menganggap seseorang aktif dalam bermedia karena mereka mampu untuk mempelajari dan mengevaluasi berbagai jenis media untuk mencapai tujuan komunikasi. Teori ini juga membebaskan orang untuk aktif memilih dan menggunakan media tertentu untuk memutuskan kebutuhan tertentu. Sehingga apabila dikaitkan dengan penelitian ini, harapannya masyarakat mendapatkan informasi sesuai yang diharapkan melalui LINE Siaga sebagai media yang dipilihnya.

Objek penelitian dari penelitian ini merupakan mahasiswa FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Berangkat dari pengalaman pribadi dan hasil dari mini survei, peneliti memilih mahasiswa sebagai objek penelitian karena diusianya mahasiswa lebih banyak menggunakan media dalam kehidupan sehari-hari dan mahasiswa FISIP juga memiliki kewajiban dalam mengikuti perkembangan informasi yang berguna sebagai pengetahuan umum dalam studi. Walaupun pandemi COVID-19 sudah berlangsung selama kurang lebih satu tahun, namun peneliti masih sulit dalam menemukan riset serupa guna acuan penelitian.



## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah apakah ada hubungan yang signifikan antara pemanfaatan LINE Siaga dengan pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta?

## **C. Tujuan Penelitian**

Mengacu pada latar belakang, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya hubungan yang signifikan antara pemanfaatan LINE Siaga dengan pemenuhan kebutuhan informasi.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **a. Manfaat Akademis**

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi pembaca, terlebih dalam Ilmu Komunikasi. Media sosial berperan penting dalam menyampaikan suatu informasi kepada masyarakat. Pembaca juga dapat menambah pengetahuan mengenai hubungan antara efek media terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

### **b. Manfaat Praktis**

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam menerapkan pengetahuan mengenai efek media, terlebih dalam media baru.

## **E. Kerangka Teori**

Pada era perkembangan teknologi di zaman modern ini, manusia tidak bisa lepas dari media sosial, karena dengan media sosial manusia dapat berkomunikasi bahkan bertukar informasi dengan sesama pengguna. Manusia dapat



menghabiskan waktunya hanya untuk berseluncur di media sosial selama berjam-jam.

#### 1. Komunikasi / Komunikasi Massa

Komunikasi merupakan sebuah konsekuensi dari hubungan sosial. Komunikasi dilakukan paling sedikit oleh dua orang. Adanya hubungan tersebut maka akan menimbulkan interaksi sosial. Dalam dunia komunikasi, dikenal dengan istilah *Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect?*. Istilah ini digunakan untuk menjelaskan bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu atau dengan kata lain, pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terdiri dari isi dan lambang. Proses komunikasi terdiri dari dua tahap yaitu proses komunikasi secara primer dan sekunder. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian perasaan atau pikiran individu kepada individu yang lain dengan menggunakan lambang / simbol. Sedangkan proses komunikasi sekunder adalah proses penyampaian pesan dari individu kepada individu yang lain dengan menggunakan alat sebagai media menyampaikan pesan. (Effendy, 2004).

Komunikasi massa merupakan komunikasi melalui media massa seperti surat kabar, majalah, radio dan sebagainya. Pesan yang disebarkan atau dibagikan di media massa bersifat umum, siapa saja dapat menikmatinya karena memang ditujukan untuk umum dan menyangkut kepentingan umum (Effendy, 2004). Seiring berjalannya waktu, perkembangan komunikasi

massa pun sudah menuju ke era yang modern. Salah satu perkembangan tentang media massa adalah internet, dimana media online termasuk didalamnya.

## 2. Media Online / Media Baru

Media online atau biasa disebut dengan media baru merupakan kemampuan media dengan dukungan perangkat digital yang dapat mengakses konten secara digital (Liliweri, 2015). Media baru selalu berada di sekitar kita sehingga dapat diakses oleh semua kalangan khalayak, mulai dari anak kecil hingga dewasa. Selain itu, dalam mengakses konten di media baru, khalayak dapat melakukannya kapan saja, pada saat waktu luang, waktu bekerja ataupun sebelum tidur. Hal ini terjadi karena sekarang sebagian besar khalayak memiliki *handphone* yang merupakan faktor utama pendukung akses media baru terdekat. Berkembangnya media lama menjadi media baru tentunya memiliki tujuan dan fungsi tersendiri sehingga media online berguna sebagai mana mestinya. Media online berfungsi sebagai media dalam mencari hiburan atau informasi. Menurut Burhan Bungin (dalam Mahyudin, 2019) fungsi media online terbagi menjadi lima, yaitu:

### a. Fungsi Pengawasan

Dalam fungsi ini, media dapat menjadi sebuah medium dalam pengawasan aktivitas masyarakat pada umumnya. Misalnya media memberitakan peristiwa tentang kejahatan seksualitas, kemudian berita ini menjadi acuan bagi orangtua dalam memberikan edukasi seks pada anaknya sejak dini sehingga anak terhindar dari kejahatan seksualitas.

b. Fungsi Social Learning

Media secara tidak langsung dapat membimbing dan memberi edukasi kepada khalayak. Cara ini merupakan cara yang efektif karena saat ini khalayak selalu mencari informasi atau pengetahuan tentang apa yang tidak diketahui melalui media. Misalnya, khalayak belajar mengenai *parenting* melalui media.

c. Fungsi Penyampaian Informasi

Media online dikenal sebagai media yang serba cepat tidak terbatas oleh ruang dan waktu sehingga informasi yang diberikan selalu cepat sampai ke khalayak. Misalnya saat Virus Corona pertama kali ditemukan di China, pemberitaan mengenai virus ini langsung secara cepat tersebar di internet.

d. Fungsi Transformasi Budaya

Hampir seluruh komunikasi dan informasi berhubungan dengan media online. Hal ini disebabkan karena media online merupakan media yang tepat sebagai perantara dalam kepentingan pendidikan, politik, hukum, agama dan lain-lain.

e. Fungsi Hiburan

Fungsi yang paling terlihat manfaatnya yaitu fungsi hiburan. Hadirnya platform canggih di media online membuat khalayak dapat melakukan *refreshing* di internet dengan mengonsumsi konten-konten hiburan yang ada di media online khususnya media sosial.

Masing-masing dari platform media sosial memiliki kegunaan yang berdeda-beda. Misalnya, Instagram adalah tempat orang-orang berbagi gambar dan WhatsApp digunakan apabila ingin *chatting*. Hadirnya media sosial memudahkan seseorang dalam mencari, mendapatkan dan membagikan sebuah informasi dengan cepat. Beberapa dampak positif dari media sosial adalah seseorang dapat memperluas jaringan pertemanan, dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun, dapat berbagi cerita dan pengalaman, dapat dijadikan sebagai tempat beropini, tempat menambah pengetahuan dan menjadi diri sendiri dengan melakukan apapun yang disukai (Simarmata, dkk. 2019). LINE merupakan salah satu media sosial yang digunakan sebagai tempat *chatting*. LINE juga memiliki fungsi lainnya seperti adanya *timeline* dimana kita dapat memberikan *like*, komentar dan membagikan *postingan* teman, LINE memiliki portal berita sendiri yang dikenal dengan *LINE Today*, terdapat stiker-stiker lucu yang belum dimiliki oleh platform lainnya, dan sebagainya.

### 3. Pemanfaatan

Pemanfaatan merupakan turunan dari kata “manfaat”, yang mendapat imbuhan pe-dan-an yang memiliki arti proses, cara, perbuatan memanfaatkan (Hanafi dkk, 2019). Pemanfaatan adalah aktifitas menggunakan proses dan sumber-sumber dalam belajar. Menurut Davis dalam Hanafi (2019), pemanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Pemanfaatan merupakan penentu

yang kuat terhadap penerimaan penggunaan suatu sistem informasi, adopsi dan perilaku para pengguna.

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat yang berariguna, faedah. Kemudian mendapatkan imbuhan pe- yang berari proses, cara, perbuatan, pemanfaatan. Dengan demikian pemanfaatan dapat diartikan suatu cara atau proses dalam memanfaatkan suatu benda atau objek. Kemudian definisi lain dari manfaat yang dikemukakan oleh Dennis Mc Quail dan Sven Windahl (1993), manfaat merupakan harapan sama artinya dengan *explore* (penghadapan semata-mata menunjukkan suatu kegiatan menerima).

Memanfaatkan media sosial seperti dua sisi mata uang yang tak terpisahkan, yaitu dapat mendatangkan manfaat atau keuntungan jika digunakan secara benar dan dapat mendatangkan masalah serta pengaruh buruk jika digunakan secara keliru. Bila dikaitkan dengan masalah penelitian ini, maka pemanfaatan di sini berarti menggunakan atau memakai suatu media yang berguna yaitu memanfaatkan media sosial yaitu LINE Siaga dalam pemenuhan kebutuhan informasi. Dalam Sativa (2010), untuk melihat dan mengukur pemanfaatan media dengan melihat beberapa unsur yaitu, frekuensi menggunakan media, tingkat perhatian dalam mengakses media, waktu untuk mengakses, prioritas mengakses, dan kebiasaan setelah mengakses. Kelima unsur tersebut akan digunakan oleh peneliti sebagai indikator variabel dalam penelitian ini.

#### 4. Kebutuhan Informasi

Menurut Rakhmat (2000), kebutuhan informasi merupakan kondisi di mana manusia membutuhkan sesuatu sebagai media dalam pemuasannya. Dengan bahasa sederhana, manusia membutuhkan informasi untuk mengetahui suatu peristiwa yang belum diketahui sebelumnya. Misalnya, masalah besar yang dihadapi manusia saat ini adalah terkait pengolahan limbah rumah tangga. Manusia ingin mengetahui cara mengolah limbah yang benar agar tidak merusak lingkungan. Maka, manusia akan mencari informasi tersebut sehingga manusia yang semula tidak mengetahui cara pengolahan limbah yang benar menjadi tahu setelah mendapatkan informasi tersebut.

Sebelum masuk lebih dalam mengenai kebutuhan informasi, perlu diketahui bahwa West & Turner (2008) mengelompokkan kebutuhan manusia akan informasi yang terdiri dari lima kelompok besar, diantaranya adalah :

##### a. Kebutuhan Kognitif

Kebutuhan kognitif erat kaitannya dengan pikiran manusia. Kebutuhan ini diperlukan untuk menambah pengetahuan, informasi serta pemahaman manusia akan lingkungan sekitarnya.

##### b. Kebutuhan Afektif

Kebutuhan afektif berkaitan dengan estetis atau keindahan terhadap sesuatu yang dilihat, kemudian akan berpengaruh pada emosionalnya.

##### c. Kebutuhan Integrasi Personal

Kebutuhan yang berkaitan dengan kepercayaan, kredibilitas dan status individu.

d. **Kebutuhan Integrasi Sosial**

Kebutuhan ini erat kaitannya dengan hubungan antar manusia seperti hubungan keluarga, teman dan orang lain.

e. **Kebutuhan Berkhayal**

Kebutuhan ini berkaitan dengan kebutuhan manusia dalam pengalihan untuk mencari hiburan, biasa dilakukan untuk melepas ketegangan, melarikan diri.

Setelah mengetahui lima kelompok besar kebutuhan manusia menurut West & Turner (2008), dapat dilihat bahwa penelitian ini akan berfokus pada kebutuhan kognitif manusia dimana manusia mendapatkan informasi mengetahui keadaan disekitarnya. Informasi tersebut akan mempengaruhi manusia dalam berpikir. Kebutuhan akan informasi berubah sejalan dengan pekerjaan pengguna dan perkembangan waktu. Kebutuhan informasi pengguna antara satu dengan yang lainnya berbeda, maka diperlukan sumber informasi yang berbeda pula dalam memenuhi kebutuhan informasi pengguna dapat berorientasi pada masalah yang dihadapinya (Yusuf. 1995). Ketika masalah tersebut datang setiap saat, maka pada saat itu pengguna membutuhkan informasi yang sesuai dengan masalahnya. Terdapat empat macam kebutuhan informasi menurut Guha dalam Ratminto (2018) diantaranya :

a. **Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir**

Informasi yang diberikan selalu informasi yang terbaru. Pengguna berinteraksi dengan medianya dengan cara yang umum dengan tujuan pengguna media dapat menyerap informasi dengan mudah sehingga



meningkatkan pengetahuannya. Hubungan antara pengguna dengan medianya bersifat konstan atau secara terus menerus.

*b.* Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin

Informasi yang diberikan lebih mengarah pada informasi yang bersifat spesifik dan cepat. Pengguna membutuhkan informasi yang secara rutin dihadapi dalam kehidupan sehari-hari.

*c.* Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam

Pengguna memiliki ketergantungan yang tinggi pada informasi yang dibutuhkannya. Pengguna menginginkan informasi yang relevan, spesifik dan lengkap.

*d.* Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas

Pendekatan terhadap pengguna informasi yang ringkas namun dapat menjelaskan informasi secara lengkap khususnya mengenai perkembangan terakhir suatu subjek yang sedang dibutuhkan, informasi yang bersifat relevan.

Kebutuhan informasi inilah yang nantinya akan digunakan sebagai variabel *dependen* atau variabel terikat dari penelitian ini. Sebelumnya peneliti mengatakan bahwa penelitian ini akan berfokus pada kebutuhan kognitif manusia yang berkaitan dengan pikiran, salah satunya adalah keadaan dimana manusia mendapatkan informasi untuk mengetahui keadaan sekitarnya guna pengetahuan untuk memahami suatu permasalahan tertentu. Sehingga penelitian ini akan menggunakan teori Uses and Gratification dimana teori ini

berorientasi pada khalayak atau pembaca yang berusaha berbagai cara untuk mendapatkan suatu informasi.

#### 5. Teori Uses And Gratification

Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut orang kemudian memilih, media apa yang hendak digunakan. Kemudian juga memilih pesan apa yang hendak dinikmati. Tindakan memilih atau menggunakan tersebut dilakukan karena orang megarapkan kepuasan akan terpenuhinya keinginan. Teori ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratification*) atas kebutuhan seseorang. Teori ini menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya manusia mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Konsumen media memiliki kebebasan untuk memutuskan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya (Nurudin, 2007).

Teori ini dikemukakan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumer dan Michael Gurevitch (dalam West & Turner, 2008) yang mengatakan bahwa khalayak atau pengguna media memiliki peran aktif dalam memilih dan menggunakan media tersebut. Khalayak berusaha untuk mencari sumber media sebagai usaha dalam memuaskan kebutuhannya. Teori ini memiliki beberapa asumsi, yaitu:

- a. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan.

Khalayak aktif dapat meningkatkan aktifitas dalam bermedia sebagai usaha untuk menyelesaikan tujuannya. Tujuan yang dimaksud disini adalah tujuan dalam memenuhi kebutuhannya saat mengkonsumsi media.

- b. Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu pada anggota khalayak.

Khalayak memiliki kuasa penuh atas apa yang akan dilakukannya. Khalayak membutuhkan sesuatu dalam memenuhi kebutuhannya maka mereka akan mengambil inisiatif yang sesuai. Khalayak ingin mencari informasi terkait keadaan sekitarnya, maka ia akan menonton siaran berita di televisi bukan menonton film kartun sebagai hiburannya.

- c. Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan.

Dalam memenuhi kebutuhannya khalayak bebas menentukan media apa yang akan digunakan. Seseorang sedang membutuhkan hiburan dan ingin menonton film Bersama teman-temannya, maka orang tersebut akan memilih menonton di bioskop walaupun sebenarnya ia bisa menyewa kaset dan menontonnya di rumah.

- d. Orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat dan motif sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada peneliti.

Proses khalayak dalam mengkonsumsi media dalam pemenuhan kebutuhannya dapat memberikan peneliti sebuah gambaran yang tepat mengenai penggunaan media oleh khalayak.

*e.* Penelitian mengenai nilai isi media dapat dinilai oleh khalayak.

Khalayak yang memutuskan dalam penggunaan media sebagai pemuas kebutuhannya sesuai dengan kebutuhannya maka penilaian terhadap isi media hanya dilakukan oleh khalayak itu sendiri, orang lain tidak berhak atas penilaiannya.

Menurut Ashadi Siregar dan Sondang Pasaribu (2001) ada tiga jenis motif yang terdapat pada setiap orang untuk mendorongnya untuk menggunakan media. Pertama, seseorang memiliki motif informasional upayanya memperoleh kejelasan tentang kebutuhan terhadap informasi tertentu agar ia memperoleh kejelasan tentang sesuatu yang digunakan untuk mengurangi keraguannya terhadap lingkup sosial atau lingkungan sekitarnya. Kedua, seseorang memiliki motif edukasional kalau upayanya mencari informasi didorong oleh kebutuhan terhadap informasi yang dapat digunakannya untuk belajar atau menambah wawasan diri. Ketiga, seseorang disebut memiliki motif hiburan apabila ia mencari informasi yang didapat untuk memperoleh kesenangan pribadi. Motif diatas biasa disebut dengan Gratification Sought. Menurut Palmgreen (2001), Gratification Sought merupakan kepuasan yang dicari atau diinginkan pengguna ketika menggunakan suatu jenis media tertentu. Pengguna akan memilih atau tidak suatu media tertentu dipengaruhi oleh sebab-sebab

tertentu, yaitu didasari dengan tujuan dalam pemenuhan sejumlah kebutuhan yang ingin dipenuhi. Dalam teori ini, masing-masing individu bertanggung jawab dalam pemilihan media untuk memenuhi kebutuhan informasi sehingga menyadari kebutuhannya masing-masing dan cara memenuhinya. Sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan kebutuhan informasi adalah suatu cara memenuhi informasi yang dibutuhkan. Cara untuk memenuhi informasi yang dibutuhkan salah satunya ialah mengakses media. Media yang memberikan informasi sesuai dengan yang diharapkan penggunaannya. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat bagaimana pencari informasi ini menggunakan dan memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk memuaskan kebutuhannya.

#### **F. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari sebuah penelitian dan akan dibuktikan setelah melakukan analisis. Sehingga penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut :

$H_a$  : Adanya hubungan yang signifikan antara pemanfaatan LINE Siaga terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada mahasiswa FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

$H_0$  : Tidak adanya hubungan yang signifikan antara pemanfaatan LINE Siaga terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada mahasiswa FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

## G. Definisi Konsep dan Operasional

### 1. Definisi Konsep

#### a. Variabel Independen : Pemanfaatan LINE Siaga

Pemanfaatan merupakan turunan dari kata “Manfaat” yang menunjukkan kegiatan menerima atau pemakaian hal-hal yang berguna, pemanfaatan adalah aktifitas menggunakan proses dan sumber-sumber dalam belajar (Hanafi, dkk. 2019)

Media Online adalah merupakan kemampuan media dengan dukungan perangkat digital yang dapat mengakses konten secara digital (Liliweri, 2015).

Pemanfaatan media online adalah pemakaian atau perbuatan untuk menggunakan perangkat digital khususnya LINE Siaga.

#### b. Variabel Dependen : Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Pemenuhan adalah merupakan turunan dari kata penuh yang berarti proses, cara, perbuatan memenuhi (Rakhmat, 2000)

Kebutuhan adalah kondisi internal yang memerlukan pemuasan, kebutuhan juga adalah tenaga dasar yang memotivasi tingkah laku manusia (Rakhmat, 2000)

Informasi adalah pesan yang disampaikan kepada seseorang atau sejumlah orang yang baginya merupakan hal yang baru diketahui (Effendy, 2004).

Pemenuhan kebutuhan informasi adalah cara seseorang dalam memenuhi kebutuhan akan kabar atau berita dengan menggunakan LINE Siaga.

## 2. Definisi Operasional

Singarimbun dan Effendi (2008) memberikan pengertian definisi operasional sebagai unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana mengukur suatu variabel. Definisi operasional merupakan turunan dari teori yang menjadi petunjuk bagaimana cara variabel diukur melalui indikator. Penelitian ini menggunakan dua variabel yang akan diturunkan dalam dimensi dan indikator yang selanjutnya akan dijadikan acuan dalam membuat daftar pertanyaan. Peneliti menggunakan skala likert, dimana skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi dari individu yang diteliti tentang suatu gejala (Djaali & Muljono, 2008). Peneliti memberikan lima pilihan jawaban yaitu “sangat setuju” dengan skor 5, “setuju” dengan skor 4, “cukup setuju” dengan skor 3, “tidak setuju” dengan skor 2, “sangat tidak setuju” dengan skor 1.

### a. Variabel Independen : Pemanfaatan LINE Siaga

Indikator dari variabel pemanfaatan LINE Siaga adalah sebagai berikut (Sativa, 2010) :

- 1) Frekuensi menggunakan LINE Siaga dapat diukur dari tingkat keseringan dalam mengakses LINE Siaga dan durasi atau lama waktu dalam mengakses LINE Siaga.
- 2) Tingkat perhatian dapat diukur dari penyediaan waktu khusus, konsentrasi saat mengakses dan keseriusan saat membaca informasi. Indikator ini akan melihat apakah mahasiswa menyediakan waktu khusus untuk mengakses LINE Siaga, apakah



mahasiswa hanya berfokus dengan LINE Siaga (tidak sambil mengerjakan aktivitas lainnya), apakah mahasiswa membaca semua informasi yang ada.

- 3) Waktu untuk mengakses akan melihat apakah mahasiswa akan tetap mengakses LINE Siaga walaupun tidak ada tugas kuliah yang mengharuskannya mengakses LINE Siaga.
- 4) Prioritas mengakses akan melihat apakah mahasiswa menggunakan perangkat pribadi untuk mengakses LINE Siaga.
- 5) Kebiasaan setelah mengakses akan melihat kebiasaan mahasiswa setelah mengakses LINE Siaga. Setelah membaca informasi di LINE Siaga mahasiswa akan berdiskusi dengan temannya atau tidak.

b. Variabel Dependen : Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Variabel *dependen* atau variabel terikat dalam penelitian ini adalah kebutuhan informasi, indikatornya adalah sebagai berikut (Ratminto, 2018) :

1) Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir

Poin ini dilihat dari pengguna mendapatkan informasi terbaru terkait *update* COVID-19 di LINE Siaga, pengguna mendapatkan informasi dengan mudah, pengguna berhubungan dengan LINE Siaga secara konstan, pengguna mendapatkan informasi dari LINE Siaga sesuai dengan tujuan dan keinginannya.

2) Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin

Poin ini dilihat dari pengguna mendapatkan informasi yang spesifik dari LINE Siaga, pengguna mendapatkan informasi secara cepat dari LINE Siaga, pengguna mendapatkan informasi yang secara rutin dihadapi dari LINE Siaga.

3) Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam

Poin ini dilihat dari pengguna mendapatkan informasi yang mendalam LINE Siaga, pengguna mendapatkan informasi yang relevan dari LINE Siaga, pengguna mendapatkan informasi yang lengkap dari LINE Siaga, pengguna mendapatkan informasi yang akurat dari LINE Siaga, pengguna memiliki rasa ketergantungan terhadap informasi yang diberikan oleh LINE Siaga.

4) Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas

Poin ini dilihat dari pengguna mendapatkan informasi yang ringkas, pengguna mendapatkan informasi yang jelas, pengguna mendapatkan informasi terkait perkembangan terakhir dari COVID-19, pengguna mendapatkan gambaran lengkap dari COVID-19, pengguna mendapatkan informasi dalam menambah wawasan pengetahuan terkait COVID-19.

Untuk mempermudah dalam melihat hubungan kedua variabel, maka dalam definisi operasional ini akan dijabarkan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 1.1

## Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
<b>Variabel Independen (X)</b> Pemanfaatan LINE Siaga (Sativa, 2010)	a. Frekuensi	Tingkat keseringan dalam mengakses LINE Siaga	Skala Likert
		Lama waktu mengakses LINE Siaga	
	b. Tingkat Perhatian	Penyediaan waktu khusus untuk mengakses LINE Siaga	
		Konsentrasi saat mengakses LINE Siaga	
		Keseriusan saat membaca Informasi pada LINE Siaga	
	c. Waktu Mengakses	Momen yang digunakan saat mengakses LINE Siaga	
	d. Prioritas Mengakses Media Online	Media yang digunakan dalam mengakses LINE Siaga	

	e. Kebiasaan Setelah Mengakses	Kegiatan yang dilakukan setelah mengakses LINE Siaga
<b>Variabel Dependen (Y)</b> Kebutuhan Informasi (Ratminto, 2018)	a. Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir	Mendapatkan informasi terbaru dari LINE Siaga
		Mendapatkan informasi dengan mudah dari LINE Siaga
		Mengakses LINE Siaga secara konstan
		Mendapatkan informasi yang sesuai dengan tujuan dan keinginan di LINE Siaga
	b. Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin	Mendapatkan informasi yang spesifik di LINE Siaga
		Mendapatkan informasi secara cepat di LINE Siaga
		Mendapatkan informasi yang rutin dihadapi di LINE Siaga

c. Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam	Mendapatkan informasi yang mendalam di LINE Siaga
	Mendapatkan informasi yang relevan di LINE Siaga
	Mendapatkan informasi yang lengkap di LINE Siaga
	Mendapatkan informasi yang akurat di LINE Siaga
	Merasa memiliki ketergantungan terhadap informasi di LINE Siaga
d. Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas	Mendapatkan informasi yang ringkas di LINE Siaga
	Mendapatkan informasi yang jelas di LINE Siaga
	Mendapatkan informasi terkait perkembangan terakhir COVID-19

		Mendapatkan gambaran lengkap tentang COVID-19	
		Informasi dapat menambah wawasan pengetahuan terkait COVID-19	

(Sumber: Ratminto, 2018. Sativa, 2010)

## H. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan cara untuk melakukan sebuah pengamatan dengan melalui beberapa tahapan yang sudah disusun secara ilmiah (Priyono, 2016). Metodologi penelitian digunakan untuk menguji kebenaran atas suatu permasalahan. Penelitian ini akan diuji pada mahasiswa FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan alasan mahasiswa lebih sering dalam menggunakan *gadget* dalam kehidupan sehari-hari dibandingkan dengan orangtua. Tidak hanya itu, saat ini Daerah Istimewa Yogyakarta sedang menerapkan status tanggap darurat COVID-19. Sultan Hamengku Buwono X memberlakukan pembatasan kegiatan luar rumah dengan harapan dapat mencegah warga dari paparan COVID-19 (Ipelona, 2020). Sehingga dalam pengambilan data, peneliti akan menggunakan kuesioner dalam bentuk *link google form*. Tidak memungkinkan peneliti untuk mengambil subjek penelitiannya adalah warga dengan menggunakan teknik manual atau menyebarkan kuesioner menggunakan kertas, karena pergerakan masyarakat Indonesia sekarang dibatasi oleh pemerintah.

## 1. Jenis Penelitian

### a. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kuantitatif merupakan jenis penelitian dimana penelitian ini berkaitan dengan perhitungan angka-angka, mulai dari pengumpulan data hingga penafsiran dari hasil penelitiannya. Metode deskriptif ditujukan untuk menganalisis data yang telah terkumpul tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Sehingga pada hasil akhir dari penelitian ini hanya berupa akumulasi data dasar dalam bentuk deskripsi (Sugiono, 2010)

Analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan mean / rata-rata. Mean digunakan untuk menjelaskan suatu variabel data berdasarkan nilai rata-rata data, sebagai nilai pembagian jumlah kasus dengan banyaknya data. Rumus mean adalah sebagai berikut:

$$Me = \frac{\sum x_i}{N}$$

Keterangan :

Me = Mean atau rata-rata

$\sum x_i$  = Jumlah nilai X ke I sampai ke n

N = Jumlah Individu

Nilai ini kemudian akan di klasifikasikan menurut pembagian kelas interval *likert* yang akan dijelaskan pada subbab berikutnya.



#### b. Output Hasil Penelitian

Penelitian ini akan menghasilkan data output dalam bentuk hasil pengolahan data berupa angka dan grafik. Data tersebut akan ditafsirkan oleh peneliti dalam bentuk tulisan agar mudah dipahami oleh pembaca. Data yang dihasilkan akan menjawab hipotesis dan rumusan masalah yang sudah dirancang.

#### c. Tempat Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan dengan lingkup mahasiswa yang menjalankan studi di FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

### 2. Skala Pengukuran

Skala yang dipakai dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Menurut Djaali & Muljono (dalam Untajana, 2014) skala ini merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok mengenai suatu kejadian atau gejala sosial, dalam penelitian ini lebih mengarah pada sikap. Peneliti memberikan pernyataan dimana dalam setiap pernyataan akan diberi pilihan jawaban yang memiliki nilai atau bobot tersendiri. Skala *likert* memiliki jawaban alternative yaitu, sangat setuju (nilai 5), setuju (nilai 4), netral (nilai 3), tidak setuju (nilai 2) dan sangat tidak setuju (nilai 1).

Tabel 1.2

Skala *Likert*

Skala	Penilaian
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Netral
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Untuk mengukur tingkat pemanfaatan LINE Siaga dan pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FISIP UAJY, pada setiap kuesioner digunakan skala interval *likert*. Rumus untuk menentukan skala interval yang dikemukakan oleh Sugiyono (2010) adalah sebagai berikut :

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai besar} - \text{Nilai kecil}}{\text{Jumlah kelas}}$$

$$I = \frac{5-1}{5}$$

$$= 0,8$$

Berdasarkan perhitungan sebelumnya, maka interval yang dapat digunakan untuk menentukan panjang interval adalah 0,8. Berikut interval skala *likert* untuk menginterpretasikan nilai pertanyaan pada kuesioner :

Sangat tidak bermanfaat = 1,00 – 1,79

Tidak bermanfaat = 1,80 – 2,59

Cukup bermanfaat = 2,60 – 3,39

Bermanfaat = 3,40 – 4,19

Sangat bermanfaat = 4,20 – 5,00

### 3. Proses Pengambilan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi beberapa pertanyaan untuk dijawab oleh responden. Responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Populasi yang dipilih peneliti yaitu mahasiswa dari angkatan 2016, 2017, dan 2018. Populasi menurut Priyono (2016), merupakan keseluruhan satuan yang ingin diteliti. Peneliti menggunakan tiga angkatan agar kuesioner yang disebar merata pada seluruh mahasiswa. Diketahui bahwa populasi mahasiswa FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan karakteristik sebagai berikut :

Angkatan 2016 : 266 mahasiswa

Angkatan 2017 : 269 mahasiswa

Angkatan 2018 : 272 mahasiswa

Populasi seluruhnya : 807 mahasiswa

Data ini diperlukan dalam menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Peneliti akan menentukan jumlah sampel dengan menggunakan Teknik Solvin dimana teknik ini digunakan untuk menentukan banyaknya responden / sampel yang harus diteliti apabila diketahui jumlah keseluruhan populasi (Siregar, 2017). Rumus dalam menentukan banyaknya responden adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

$n$  = jumlah sampel yang dibutuhkan

$N$  = jumlah populasi

$e$  = tingkat kesalahan

Dalam penelitian ini, tingkat kesalahan yang ditentukan adalah 10%.

Sehingga apabila diterapkan dalam rumus, akan diketahui hasil sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{807}{1 + 807(0.1)^2} = \frac{807}{9.07} = 88.97$$

Hasil dari rumus tersebut menunjukkan ada 88.97 sampel atau dibulatkan menjadi 89 sampel dari penelitian ini. 89 mahasiswa yang terdiri dari tiga angkatan tersebut. Agar dalam pengambilan data merata setiap angkatannya, peneliti akan membagikan 89 sampel ini kedalam Teknik Acak Terlapis.

Teknik Acak Terlapis (*Stratified Random Sampling*) adalah cara dalam pengambilan sampel populasi dibagi menjadi beberapa kelompok dengan tujuan mendapatkan sampel yang mewakili populasi tersebut. Rumus dalam pengambilan sampel yaitu sebagai berikut :

$$\text{Sampel} = \frac{\text{Populasi}}{\text{Total Populasi}} \times \text{Total Sampel}$$

Peneliti akan menarik sampel sebanyak 89 orang dari suatu populasi mahasiswa FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sudah diketahui jumlah tiap angkatannya. Sehingga apabila dikalkulasikan, maka akan diperoleh data sebagai berikut

$$\text{Sampel Angkatan 2016 : } \frac{266}{807} \times 89 = 29.33$$

$$\text{Sampel Angkatan 2017 : } \frac{269}{807} \times 89 = 29.66$$

$$\text{Sampel Angkatan 2018 : } \frac{272}{807} \times 89 = 29.99$$

Berdasarkan hasil diatas, maka penulis memutuskan untuk melakukan pembulatan dan menggunakan sampel sebanyak 89 orang dengan 29 orang pada Angkatan 2016, 30 orang pada Angkatan 2017 dan 30 orang pada Angkatan 2018 dengan cara menyebarkan kuesioner dalam bentuk *link google form* pada tiap angkatan. Setelah menyebarkan kuesioner ke masing-masing angkatan, peneliti secara manual tidak akan memasukkan data responden apabila kuota per angkatan sudah terpenuhi.

#### 4. Uji Validitas dan Reliabilitas

##### a. Uji Validitas

Uji validitas dapat dikatakan sebagai tahap awal menguji valid atau tidaknya dari instrumen penelitian. Validitas akan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (Siregar, 2017).

$$r_{hitung} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = *Pearson r correlation coefficient*

n = jumlah responden

X = skor variabel

Y = skor total dari variabel

b. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengukur ketepatan dari instrumen penelitian. Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika hasil yang didapat akan selalu sama walaupun sudah beberapa kali diuji. Uji reabilitas menggunakan *Alpha Cronbach's* dimana jika nilai yang dihasilkan  $> 0,6$  maka instrumen penelitian tersebut dinyatakan reliabel. (Rangkuti, 2009)

-Menentukan nilai varian setiap butir pertanyaan

$$\sigma_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

-Menentukan nilai varian total

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

-Menentukan reliabilitas instrument

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

$X_i$  = jawaban responden untuk setiap butir pertanyaan

$\sum X$  = total jawaban responden untuk setiap butir pertanyaan

$\sigma_t^2$  = varian total

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varian butir

k = jumlah butir pertanyaan

$r_{11}$  = koefisien reliabilitas instrumen

c. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu intensitas mengakses LINE Siaga dengan tingkat pemenuhan kebutuhan informasi terkait COVID-19. Bentuk analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyajikan *mean* untuk mendeskripsikan dan menjelaskan maksud dari tanggapan responden atas setiap pertanyaan yang diajukan dengan melihat hasil yang didapatkan dari hasil output olah data SPSS 21.0 for Window. Hasil dari *mean* tersebut kemudian dipetakan sesuai dengan skala interval *likert*. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan *Pearson's Correlation (Product Moment)* untuk menjawab dari rumusan masalah dan hipotesis dalam penelitian ini. *Pearson's Correlation (Product Moment)* berguna dalam mencari arah dan kekuatan hubungan antar dua variabel.

Nilai korelasi ( $r$ ) =  $(-1 \leq r \leq 1)$

Nilai koefisien korelasi berada di antara -1 dan 1 untuk melihat kekuatan hubungan atau dapat dilihat dari nilai signifikasinya, apabila nilai signifikansinya  $< 0.05$  maka dapat dikatakan bahwa kedua variabel memiliki hubungan. Sedangkan untuk arah hubungan dinyatakan dalam bentuk positif (+) atau negative (-), (Siregar. 2017).