

**EFEKTIVITAS PEMANFAATAN INFORMASI GOOGLE ASSISTANT PADA  
SMARTPHONE ANDROID TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI BAGI  
MAHASISWA UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

Rita Wahyu Meganingrum<sup>1</sup>, Dr. Dra. Hamida Syari Harahap, M.Si<sup>2</sup>, dan Asima Oktavia Sitanggang,  
S.Ds, M.Si<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Rita Wahyu Meganingrum  
[ritawahyumega@gmail.com](mailto:ritawahyumega@gmail.com)

<sup>2</sup> Dr. Dra. Hamida Syari Harahap, M.Si  
[hamida.syari@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:hamida.syari@dsn.ubharajaya.ac.id)

<sup>3</sup> Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds, M.Si  
[aositanggang@gmail.com](mailto:aositanggang@gmail.com)

### ABSTRAK

Penyampaian informasi saat ini tidak hanya melalui tatap muka (*face to face communication*). Teknologi menciptakan kemudahan untuk mencari informasi melalui asisten virtual, Google Assistant pada *smartphone* android. Informasi tersebut nantinya akan dimanfaatkan apabila sesuai dengan kebutuhan informasi penggunanya. Kebutuhan informasi setiap orang berbeda, hal ini dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, pekerjaan, lingkungan, usia dan sebagainya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pemanfaatan informasi Google Assistant pada *smartphone* android sebagai media untuk memenuhi kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi dan teknik informatika Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan informasi Google Assistant memiliki hubungan positif dan signifikan dengan kebutuhan informasi sebesar 65,1%. Selain itu, dari hasil penelitian ditemukan informasi yang diberikan oleh Google Assistant pada *smartphone* android dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan informasi, khususnya kebutuhan integratif personal yang mendapatkan skor tertinggi dibandingkan pemenuhan kebutuhan informasi yang lain.

Kata Kunci: *Pemanfaatan Informasi, Google Assistant, Kebutuhan Informasi*

### ABSTRACT

*Information delivery is currently not only face to face (face to face communication). Technology makes it easy to find information through a virtual assistant, Google Assistant on an android smartphones. This information will be utilized if it matches the user's information needs. Everyone's information needs are different, it is influenced by education level, occupation, environment, age and so on. This study aims to find out the level of Google Assistant information utilization on android smartphones as a medium to meet information needs among communication science and informatics engineering students of Bhayangkara Jakarta Raya University. The method used in this research is descriptive method with a quantitative approach. The results showed that the utilization of Google Assistant and significant relationship with information needs of 65,1%. In addition, from the results of the study found the information provided by Google Assistant on android smartphones can be utilizing for information needs, especially personal integrative needs that the get the highest score compared to other information needs.*

Keywords: *Information Utilization, Google Assistant, Information Needs*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Perkembangan teknologi membuat manusia mengalami perubahan. Penyampaian informasi saat ini juga tidak hanya melalui tatap muka (*face to face communication*). Teknologi menciptakan kemudahan dalam berkomunikasi dan mencari informasi melalui asisten virtual yaitu *Artificial Intelligence*. *Artificial Intelligence* merupakan mesin yang mampu berkomunikasi dan memberikan informasi seperti manusia guna memenuhi kebutuhan informasi.

Munculnya asisten virtual ini, khususnya Google Assistant pada *smartphone* android membuat perubahan pada manusia dalam hal mencari informasi. Karena pada dasarnya, asisten virtual diciptakan untuk membantu pengguna dalam mendapatkan informasi. Informasi tersebut didapatkan melalui komunikasi yang dilakukan antara pengguna dengan asisten virtual, Google Assistant pada *smartphone* android.

Informasi yang baik mampu memiliki karakteristik keluasan informasi, kepadatan informasi, frekuensi informasi yang tinggi, waktu informasi dan sumber informasi yang jelas. Tentunya setiap teknologi media memiliki kelebihan dan kekurangannya masing – masing. Namun, teknologi media akan berusaha untuk memberikan informasi terbaik yang dimilikinya kepada pengguna.

Informasi akan dimanfaatkan oleh seseorang jika sesuai dengan kebutuhannya. Akan tetapi, seseorang tidak langsung menerima informasi begitu saja. Karena, setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda – beda maka informasi yang akan dimanfaatkannya juga berbeda. Faktor pendidikan, pekerjaan, usia, lingkungan dan sebagainya mampu mempengaruhi seseorang untuk memenuhi kebutuhan informasi.

Menurut Severin, J. Werner dan James W. Tankard, (2011) menjelaskan bahwa kebutuhan informasi dikategorikan kedalam lima hal berdasarkan fungsi sosial dan psikologis dalam penggunaan media. Diantaranya, kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integratif personal, kebutuhan integratif sosial, dan kebutuhan pelepasan ketegangan. Seperti yang telah dijelaskan, bahwa tingkat pendidikan dan usia mampu mempengaruhi kebutuhan informasi seseorang. Oleh sebab itu, penelitian ini menggunakan mahasiswa sebagai responden yang akan diuji.

Seorang mahasiswa harus memiliki sikap kritis terhadap informasi yang diterima. Chairul Tanjung pada pidatonya yang dikutip (Eva, 2019), ia mengatakan bahwa mahasiswa merupakan generasi yang bersinggungan dengan teknologi 4.0. Sehingga mahasiswa dituntut cepat beradaptasi dan memanfaatkan perkembangan teknologi khususnya dalam penerimaan informasi yang akan dimanfaatkan (Sugiarto, 2019).

Salah satu teknologi canggih yang mudah dibawa kemana – mana, yaitu *smartphone*. Menurut (Gifary, 2015) menjelaskan dari segi usia, pengguna *smartphone* didominasi oleh usia 20 – 22 tahun. Usia ini merupakan usia produktif yang disebut sebagai *digital natives*. Pada usia tersebut di Indonesia sedang menempuh pendidikan tinggi dengan rentang usia 19 – 22 tahun hal ini di dapatkan dari data Kemristekdikti (YUD, 2018).

Berdasarkan fenomena diatas maka penelitian tentang efektivitas pemanfaatan informasi Google Assistant pada *smartphone* android terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya fakultas Teknik Informatika dan Ilmu Komunikasi angkatan 2016, 2017, dan 2018 menarik untuk diteliti.

Sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini, “sejauh mana ke efektifitasan pemanfaatan informasi dalam penggunaan Google Assistant pada *smartphone* android terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya?”.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Tinjauan Teoritik

#### *Uses and Gratification*

Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification* yang pertama kali ditemukan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch. Ada lima asumsi dasar yang dikemukakan oleh mereka (Morrisan, 2013), antara lain:

1. Khalayak aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media.
2. Insiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan khalayak.
3. Media bersaing dengan sumber kepuasan lain.
4. Khalayak sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif, dan penggunaan media.
5. Penilaian isi media ditentukan oleh khalayak.

Teori ini juga dikembangkan oleh beberapa ahli lainnya, seperti salah satunya yang dijelaskan oleh (Romli, 2016) teori *uses and gratification* menjelaskan pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik untuk digunakan sebagai usaha memenuhi kebutuhannya. Sehingga, dari pengertian diatas dapat disimpulkan jika teori ini menjelaskan bahwa khalayak dianggap aktif untuk memilih media yang akan digunakan untuk mendapatkan isi pesan sesuai seperti yang diinginkan guna memenuhi kebutuhannya.

### Tinjauan Konseptual Media Baru (*New Media*)

Hal ini dikemukakan oleh Kayo, Mori dan Takano yaitu, yang pertama internet memiliki sifat bebas dimana pengguna internet berkuasa untuk memberi dan menerima informasi. Kedua, internet bersifat dinamis dengan mengikuti perkembangan waktu sehingga kebanyakan informasinya sangat *up to date*. Ketiga, internet bersifat interaktif artinya pengguna internet dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya setiap saat (Sul-toni, 2013).

Sebelum berkembangnya teknologi, seseorang berkomunikasi dengan cara bertatap muka. Namun kini, *new media* merubah kebiasaan itu menjadikan komunikasi digital (Harahap, 2018). Saat ini komunikasi tidak lagi hanya dilakukan antara manusia dengan manusia, melainkan bisa manusia dengan mesin. Meskipun komunikasi antara manusia dengan mesin, tetapi dapat berjalan dengan baik. Hal itu merupakan bentuk fenomena dari *new media*.

*New media* atau media baru dikelompokkan menjadi beberapa kategori. Menurut (Kurnia, 2005), menjelaskan media baru dikelompokkan menjadi empat kategori, media komunikasi interpersonal, media yang interaktif, media pencarian informasi, dan media partisipasi kolektif.

### Kecerdasan Buatan Google Assistant

Kecerdasan buatan merupakan salah satu bagian ilmu komputer yang membuat mesin (komputer) dapat melakukan suatu pekerjaan manusia dengan sebaik – baiknya (Kusumadewi, 2003). Google Assistant merupakan salah satu asisten virtual buatan Google yang pertama kali dirilis pada bulan Mei 2016.

Google Assistant merupakan media untuk memberikan informasi yang dibutuhkan pengguna tanpa perlu mengetik *keyword*. Informasi tersebut diantaranya, memberikan musik video, perkiraan cuaca, berita terbaru, petunjuk arah, lalu lintas dan sebagainya. Karena, yang menarik dalam Google Assistant pada *smartphone* android adalah fitur perintah suara dalam mencari informasi.



Gambar 1. Tampilan Awal Google Assistant  
Sumber: Google Assistant Rita, 2020

## **Efektivitas**

Efektivitas adalah suatu tolak untuk menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas, dan waktu) yang berhasil dicapai. Menurut Ulfa (2008), menjelaskan jika efektivitas berhubungan mengenai proses pencapaian tujuan atau hasil yang diperoleh, kegunaan atau manfaat dari hasil yang diperoleh, tingkat kefungsi unsur atau komponen, dan juga masalah tingkat kepuasan pengguna.

## **Pemanfaatan Informasi**

Terdapat tiga pemaknaan dalam kata informasi menurut (Ati, Nurdien, H. Kistanto, 2014), pertama adalah informasi sebagai suatu proses, yaitu merujuk pada sebuah kegiatan menjadi terinformasi. Kedua adalah informasi sebagai pengetahuan, informasi disini mengacu pada segala kejadian didunia yang tak terhingga, tidak dapat disentuh, atau sesuatu yang abstrak. Makna yang ketiga, informasi dianggap sebagai suatu benda atau penyajian yang nyata dari pengetahuan.

Adapun karakteristik informasi yang disesuaikan dengan masing – masing kebutuhan setiap individu, seperti yang diungkapkan Ati, Nurdien, H. Kistanto (2014), sebagai berikut:

1. Luas informasi, ialah seberapa luas lingkup informasi tersebut.
2. Kepadatan informasi, merupakan tentang seberapa berisinya informasi yang diterima.
3. Frekuensi informasi, ialah keseringan informasi atau tingkat rutinitas informasi yang dibutuhkan oleh masing – masing tingkatan manajemen.
4. Waktu informasi, informasi tentang kondisi atau situasi yang telah dilalui dan akan dihadapi oleh organisasi tersebut di masa depan.
5. Sumber informasi, merupakan sumber informasi berasal dari internal atau eksternal. Jelasnya, informasi didapatkan dari sumber informasi.

## **Kebutuhan Informasi**

Menurut Riani (2017), menjelaskan kebutuhan akan muncul bila dipengaruhi oleh kondisi fisiologis, situasi, dan kognisi seseorang. Winarsih dan Sri Ati (2013), juga menambahkan kebutuhan informasi seseorang bisa dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, pekerjaan, lingkungan, usia, hiburannya dan sebagainya.

Setiap manusia selalu berhadapan dengan yang namanya kebutuhan. Akan tetapi masing – masing individu memiliki kebutuhan yang berbeda. Kebutuhan informasi dapat terjadi ketika seseorang menyadari terdapat kekurangan dalam pengetahuan terkait situasi atau topik tertentu dan berkeinginan untuk melengkapi kekurangan tersebut (Alimin, 2012).

Menurut Severin, J. Werner dan James W. Tankard (2011) menggolongkan kebutuhan informasi berdasarkan fungsi – fungsi sosial dan psikologis media massa yang dibagi menjadi lima kategori, yaitu diantaranya:

1. Kebutuhan kognitif, ialah kebutuhan untuk menambah informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan hidup seseorang.
2. Kebutuhan afektif, ialah kebutuhan yang berkaitan dengan pengalaman emosional, menyenangkan atau estetis.
3. Kebutuhan integratif personal, ialah kebutuhan yang dikaitkan dengan mempererat kredibilitas, percaya diri, stabilitas, dan status.
4. Kebutuhan integratif sosial, ialah kebutuhan untuk mempererat hubungan dengan keluarga, teman dan sebagainya.
5. Kebutuhan pelepasan ketegangan, ialah kebutuhan untuk pelarian dari ketegangan dan hasrat untuk mencari hiburan.

## **METODOLOGI**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang berarti kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis dan penyajian data berdasarkan jumlah atau banyaknya yang dilakukan secara

objektif untuk memecahkan suatu permasalahan atau menguji sebuah hipotesis untuk dikembangkan kedalam prinsip – prinsip umum (Duli, 2019).

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan penelitian kuantitatif adalah pengumpulan atau pengolahan data berdasarkan fenomena yang disajikan dengan angka dan pengolahan statistik. Peneliti memilih jenis penelitian kuantitatif karena, ingin melihat seberapa besar efektivitas yang ditunjukkan oleh Google Assistant dalam memenuhi kebutuhan informasi bagi Mahasiswa Ubhara.

### **Metode Penelitian**

Metode merupakan suatu prosedur untuk mengetahui sesuatu yang mempunyai langkah – langkah sistematis. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Hamdi (2014), menjelaskan metode deskriptif adalah suatu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena atau mendeskripsikan suatu keadaan beserta tahapan perkembangannya yang sedang berlangsung pada saat ini atau saat lampau.

### **Populasi dan Sampel**

#### **Populasi**

Populasi menurut Kriyantono (2006) adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu. Jumlah populasinya adalah sebanyak 1457 mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang terdiri dari Fakultas Teknik, program studi Teknik Informatika dan Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2016, 2017, dan 2018. Menurut Gifary (2015), dari segi usia, pengguna *smartphone* didominasi oleh usia 20 – 22 tahun yang produktif dengan penggunaan internet sejak lahir. Oleh sebab itu, peneliti memilih angkatan tahun 2016, 2017, dan 2018.

Alasan lain yang ditemukan dari penelitian, mahasiswa ilmu komunikasi dan teknik informatika memilih Google Assistant karna penggunaan yang mudah dalam mencari informasi. Selain itu, komunikasi yang dilakukan oleh Google Assistant pada *smartphone* android membuat mahasiswa tertarik untuk menggunakannya.

#### **Sampel**

Sampel merupakan Sebagian dari keseluruhan objek yang akan diamati. Pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan yang dikehendaki adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus tersebut ditemukan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 94 orang dari seluruh total mahasiswa Teknik Informatika dan Ilmu Komunikasi Angkatan 2018, 2017 dan 2016 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

#### **Teknik Sampling**

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian adalah *quota sampling*. Teknik sampel ini menentukan objek mana yang akan dijadikan sampel dari populasi yang memiliki kriteria – kriteria tertentu sampai mencukupi jumlah kuota yang diinginkan peneliti (Kriyantono, 2006).

Kriteria – kriteria yang dikehendaki peneliti adalah Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Jurusan Teknik Informatika dan Ilmu Komunikasi angkatan 2016, 2017 dan 2018 yang berada pada usia 20 – 22 tahun dan pengguna Google Assistant minimal tiga kali. Sehingga ditentukan jumlah sampel mahasiswa Teknik Informatika sebanyak 52 orang dan Ilmu Komunikasi sebanyak 42 orang.

#### **Operasionalisasi Variabel**

Operasionalisasi variabel secara konsep adalah penarikan batas untuk menjelaskan konsep secara singkat, jelas dan tegas dengan menguraikan variabel – variabel yang akan diteliti (Endra, 2017).

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Alat Ukur	Skala
Pemanfaatan Informasi Google Assistant (X)	Luas Informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruang lingkup</li> <li>- Bersifat umum</li> <li>- Banyak informasi</li> <li>- Beragam informasi</li> <li>- Informasi merata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Batasan informasi</li> <li>- Batasan informasi</li> <li>- Pilihan informasi</li> <li>- Pilihan informasi</li> <li>- Penyebaran</li> </ul>	Ordinal
	Kepadatan Informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kelengkapan informasi</li> <li>- Kualitas informasi</li> <li>- Jumlah keseluruhan informasi</li> <li>- Isi pesan/informasi</li> <li>- Keperluan individu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Isi pesan</li> <li>- Isi pesan</li> <li>- Kuantitas</li> <li>- Materi/bahan</li> <li>- Kepentingan seseorang</li> </ul>	Ordinal
	Frekuensi Informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat rutinitas</li> <li>- Jumlah pemakaian media dalam mencari informasi</li> <li>- Kebutuhan informasi</li> <li>- Durasi penggunaan media dalam mencari informasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penggunaan</li> <li>- Intensitas penggunaan</li> <li>- Keperluan</li> <li>- Waktu</li> </ul>	Ordinal
	Waktu Informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kondisi yang dihadapi</li> <li>- Kebaruan informasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kepentingan</li> <li>- Sifat</li> </ul>	Ordinal
	Sumber Informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media elektronik</li> <li>- Media cetak</li> <li>- Internet</li> <li>- <i>New media</i></li> <li>- Keputusan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media</li> <li>- Media</li> <li>- Media</li> <li>- Digital</li> <li>- Sikap</li> </ul>	Ordinal
Kebutuhan Informasi (Y)	Kebutuhan Kognitif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memperoleh informasi</li> <li>- Pengetahuan</li> <li>- Pemahaman</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kebutuhan</li> <li>- Sikap</li> <li>- Sikap</li> </ul>	Ordinal
	Kebutuhan Afektif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Emosional</li> <li>- Pengalaman menyenangkan atau estetis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sifat</li> <li>- Sikap</li> </ul>	Ordinal
	Kebutuhan integratif personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mempererat kredibilitas</li> <li>- Kepercayaan</li> <li>- Rasa percaya diri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dapat dipercaya</li> <li>- Sikap</li> <li>- Sikap</li> </ul>	Ordinal
	Kebutuhan integratif sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mempererat hubungan antara keluarga</li> <li>- Mempererat hubungan teman</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kedekatan keluarga</li> <li>- Kedekatan teman</li> <li>- Kedekatan orang lain</li> </ul>	Ordinal

		- Mempererat hubungan orang lain		
	Kebutuhan pelepasan ketegangan	- Pelarian dari ketegangan - Mencari hiburan	- Hiburan - Kesenangan	Ordinal

## Uji Hipotesis

### Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan analisis regresi linear sederhana. Namun, sebelum menguji regresi linier sederhana perlu dilakukan pengujian normalitas. Uji normalitas ini digunakan untuk mengetahui apakah data sampel yang diambil dari populasi berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak normal. Uji normalitas ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, dengan kriteria yang berlaku apabila hasil signifikansi  $> 0.05$  yang berarti residual berdistribusi normal.

Kemudian, setelah dilakukan uji normalitas dapat dilakukan analisis regresi linear sederhana tersebut. Uji persyaratan ini bertujuan untuk memperkirakan bentuk hubungan yang terjadi antara variabel X yaitu Pemanfaatan Informasi Google Assistant dan variabel Y yaitu kebutuhan informasi apakah terdapat hubungan positif atau negatif.

### Uji T (Koefisien Korelasi)

Menurut Hutagaol mengutip Sugiyono (2016), pengujian hipotesis dalam penelitian dilakukan untuk menguji signifikansi koefisien korelasi yaitu hubungan yang ditemukan pada data. Kriteria pengujian yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai signifikansi yang diperoleh dengan taraf signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05. Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka variabel independen memiliki hubungan dengan variabel dependen secara signifikan atau hipotesis diterima.

Adapun ketentuan dalam menentukan taraf signifikansi, yaitu:

1. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak yang berarti tidak signifikan
2. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima yang berarti signifikan

### Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah suatu angka koefisien yang menunjukkan besarnya variasi suatu variabel terhadap variabel lainnya. Koefisien determinasi ini dinyatakan dalam presentase.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Hipotesis

#### Analisis Regresi Linier Sederhana

Guna mengetahui asumsi dalam penelitian ini, maka peneliti melakukan uji hipotesis. Sebelum menguji hipotesis dengan analisis regresi linear sederhana, peneliti melakukan uji normalitas terlebih dahulu. Data penelitian, telah peneliti olah dalam SPSS versi 22. Berikut hasil uji normalitas sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,64906754
Most Extreme Differences	Absolute	,064
	Positive	,045
	Negative	-,064
Test Statistic		,064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: data diolah, 2020

Pengujian ini menggunakan metode uji Kolmogorov-Smirnov yang mana jika angka signifikansi menunjukkan  $> 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Hasil uji normalitas tersebut menunjukkan nilai signifikansi lebih besar daripada taraf signifikansi yaitu  $0,200 > 0,05$ . Sehingga, data pernyataan dari masing – masing variabel berdistribusi normal. Setelah mengetahui bahwa data tersebut berdistribusi normal, kemudian di uji analisis linear sederhana menggunakan program SPSS versi 22, sebagai berikut:

Tabel 3. Analisis Regresi Sederhana  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,295	2,976		3,123	,002
Pemanfaatan Informasi Google Assistant	,557	,043	,807	13,114	,000

a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi

Sumber: data diolah, 2020

Pada kolom B nilai pada *constant* (a) adalah 9,295. Sedangkan nilai koefisien regresi pada pemanfaatan informasi Google Assistant (b) adalah 0,557. Dengan asumsi nilai variabel terikat konstan. Sehingga dari perhitungan yang telah dilakukan pada program SPSS versi 22, diperoleh persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y' = a + bx$$

$$Y' = 9,295 + 0,557X$$

Dengan kriteria penilaian:

Ho ditolak jika  $t \text{ hitung} > 0,05$

Ho diterima jika  $t \text{ hitung} < 0,05$

Sehingga, Ho ditolak karena  $t \text{ hitung}$  sebesar  $13,114 > 0,05$  dan  $H_a$  dapat diterima. Artinya variabel pemanfaatan informasi Google Assistant memiliki hubungan positif terhadap kebutuhan informasi.

Jika, variabel pemanfaatan informasi Google Assistant mengalami kenaikan penilaian, maka akan menyebabkan adanya peningkatan terhadap kebutuhan informasi mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya jurusan Teknik Informatika dan Ilmu Komunikasi angkatan 2016, 2017 dan 2018 sebesar 55,7%.

### Uji T (Koefisien Korelasi)

Pengujian koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan yang terjadi positif atau negatif, signifikan atau tidak signifikan antara variabel X (pemanfaatan informasi Google Assistant) dan variabel Y (kebutuhan informasi) dengan menggunakan uji t. Selain itu, uji ini bertujuan untuk menguji dan mengkonfirmasi hipotesis.

Tabel 4. Uji T

Model	T	Sig.
Pemanfaatan Informasi Google Assistant (X)	13,114	0,000

Sumber: data diolah, 2020

Diperoleh nilai T hitung sebesar 13,114 dengan nilai Sig sebesar 0,000. Hal menunjukkan bahwa nilai T hitung lebih besar dari pada nilai T tabel 1,985. Sedangkan, signifikansi variabel pemanfaatan informasi Google Assistant yaitu 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05. Hal tersebut memiliki arti  $H_0$  diterima dan menunjukkan bahwa variabel pemanfaatan informasi Google Assistant memiliki hubungan positif yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Tabel 5. Tabel Koefisien Korelasi  
Correlations

		Pemanfaatan Informasi Google Assistant	Kebutuhan Informasi
Pemanfaatan Informasi Google Assistant	Pearson Correlation	1	.807**
	Sig. (1-tailed)		,000
	N	94	94
Kebutuhan Informasi	Pearson Correlation	.807**	1
	Sig. (1-tailed)	,000	
	N	94	94

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Sumber: data diolah, 2020

Penelitian ini menggunakan rumus koefisien korelasi *product moment* dari pearson. Kriteria pengujian koefisien korelasi adalah  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, sehingga  $H_0$  dapat ditolak. Pengujian koefisien korelasi pada suatu variabel bertujuan untuk mengetahui besar atau kuatnya hubungan antara variabel X (pemanfaatan informasi Google Assistant) dan variabel Y (kebutuhan informasi).

Koefisien korelasi variabel X yaitu pemanfaatan informasi Google Assistant sebesar 0,807. Hasil analisis tersebut dapat terlihat bahwa Pemanfaatan Informasi Google Assistant (Variabel X) memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap variabel Y (kebutuhan informasi), yaitu berada pada interval 0,800 – 1,000.

Tabel 6. Tabel Anova  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1219,973	1	1219,973	171,977	.000 <sup>b</sup>
Residual	652,633	92	7,094		
Total	1872,606	93			

a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi

b. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Informasi Google Assistant

Sumber: data diolah, 2020

Tabel Anova berfungsi untuk menjelaskan hubungan yang berarti atau signifikan antara variabel X (pemanfaatan informasi Google Assistant) dan variabel Y (kebutuhan informasi). Diketahui nilai signifikansi sebesar 0.000 yang berarti nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Selain itu, nilai F hitung sebesar 171,97 dan untuk F tabel  $0,05$  sebesar 3,94. Jadi dalam pengujian ini dapat disimpulkan bahwa F hitung  $163,2 > F$  tabel 3,94.

Sehingga, dari kedua nilai tersebut hipotesis dapat diterima atau dengan kata lain variabel pemanfaatan informasi secara simultan terdapat hubungan terhadap kebutuhan informasi bagi mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 7. Tabel Uji Koefisien Determinasi  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 <sup>a</sup>	,651	,648	2,663

a. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Informasi Google Assistant

b. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi

Sumber: data diolah, 2020

Nilai koefisien determinasi (*R Square*) dalam penelitian adalah 0,651 atau sebesar 65,1%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel pemanfaatan informasi Google Assistant (X) secara simultan memiliki hubungan dengan kebutuhan informasi (Y) sebesar 65,1%. Sedangkan 34,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

### Pembahasan

Penelitian ini dilandasi oleh teori *uses and gratification* yang ditemukan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch. Kemudian, teori ini dikembangkan oleh Romli (2016) yang mengungkapkan bahwa pengguna media memiliki peran aktif dalam pemilihan dan penggunaan media sebagai bentuk usaha memenuhi kebutuhannya. Diartikan, pengguna akan mencari sumber media yang paling baik untuk digunakan agar mendapatkan informasi atau isi pesan sesuai yang diinginkan.

Berdasarkan hasil pembahasan diatas membuktikan bahwa mahasiswa merupakan pengguna aktif media baru. Dalam hal ini meyakinkan bahwa pengguna khususnya dalam penelitian ini adalah mahasiswa berperan dalam memilih media yang akan digunakan untuk kepentingannya, kepuasannya dan juga kebutuhan informasinya. Sehingga, mereka akan selektif dalam memilih media yang akan digunakan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan informasi.

Mahasiswa memilih menggunakan Google Assistant pada *smartphone* android karena penggunaan yang mudah. Selama penggunaan Google Assistant pada *smartphone* android informasi yang dimanfaatkan oleh mahasiswa berjalan efektif dalam pemenuhan kebutuhan informasi. Seperti yang diungkapkan Ulfa (2008), efektivitas sebuah proses pencapaian tujuan, kegunaan, tingkat kefungsi-an dan kepuasan pengguna. Efektivitas ini berkaitan dengan pemakaian Google Assistant pada *smartphone* android dalam hal kepuasan atau kegunaan yang dilakukan oleh mahasiswa.

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan hasil temuan dari penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Berarti, penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pemanfaatan informasi Google Assistant dengan kebutuhan informasi. Selain itu, tercapai pula efektivitas pemanfaatan informasi Google Assistant pada *smartphone* android terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya jurusan teknik informatika dan ilmu komunikasi angkatan 2016, 2017, dan 2018.

Terdapat lima kebutuhan informasi yaitu kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integratif personal, kebutuhan integratif sosial dan kebutuhan pelepasan ketegangan. Berdasarkan hasil penelitian dari kelima kebutuhan informasi tersebut, kebutuhan integratif personal yang paling banyak didapatkan dari penelitian yaitu pernyataan ke-6 dan ke-7. R hitung pada pernyataan ke-6 dan ke-7 sebesar 0,768. Hal ini dapat dijelaskan bahwa penggunaan Google Assistant mampu memudahkan mahasiswa dalam berbagai hal terutama mencari informasi, dan berkat informasi yang tepat mampu menumbuhkan rasa percaya diri mahasiswa. Sedangkan, hubungan yang paling rendah yaitu bahwa penggunaan Google Assistant sebagai hiburan dirasa kurang efektif dibandingkan dengan media hiburan lainnya.

Mengingat dari hasil penelitian menunjukkan ada hubungan positif antara pemanfaatan informasi pada Google Assistant dengan pemenuhan kebutuhan informasi, hal ini dapat dijadikan pertimbangan bagi mahasiswa untuk menggunakan Google Assistant dalam mencari informasi. Sehingga informasi yang diterima dari Google Assistant berjalan efektif untuk nantinya dimanfaatkan guna mencapai kebutuhan informasi yang maksimal disamping beberapa faktor lain yang ikut mempengaruhi.

## REFERENSI

- Alimin, T. dan K. (2012). *Kebutuhan Informasi Manusia: Sebuah Pendekatan Kepustakaan*. 15(1), 50–57.
- Ati, Sri, Nurdien, H. Kistanto, dan A. T. (2014). *Dasar – Dasar Informasi*. Univeritas Terbuka
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Deepublish.
- Endra, F. (2017). *Pedoman Metodologi Penelitian (Statistika Praktis)*. Zifatama Jawaara.
- Eva, S. (2019). *CT Bicara Tantangan Makin Berat di Tengah Kemajuan Teknologi*.  
<https://news.detik.com/berita/d-4476178/ct-bicara-tantangan-makin-berat-di-tengah-kemajuan-teknologi>
- Gifary, S. (2015). Intensitas Penggunaan Smartphone Terhadap Perilaku Komunikasi. *Jurnal Sosioteknologi*, 14(2), 170–178.
- Hamdi, A. S. dan E. B. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Deepublish.
- Harahap, H. S. (2018). WhatsApp sebagai media komunikasi dalam menyampaikan dakwah. *DMCC Conference Proceeding*, (1), 131–150.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana.
- Kurnia, N. (2005). Perkembangan Teknologhi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *MediaTor*, 6(2), 291–296.

- Kusumadewi, S. (2003). *Artificial Intelligence (Teknik dan Aplikasinya)*. Graha Ilmu.
- Morrison. (2013). *Teori Komunikasi (Individu Hingga Massa)*. Kencana.
- Riani, N. (2017). Model Perilaku Pencarian informasi Guna Memenuhi Kebutuhan Informasi (Studi Literatur). *PUBLIS*, 1(2), 14–20.
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. Grasindo.
- Severin, J. Werner dan James W. Tankard, J. (2011). *Teori Komunikasi (Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa)* (S. Hariyanto (ed.); Kelima). Kencana.
- Sugiarto. (2019). *Mahasiswa Harus Peka terhadap Perubahan di Era Revolusi Industri 4.0*. <https://www.suaramerdeka.com/news/baca/175514/-mahasiswa-harus-peka-terhadap-perubahan-di-era-revolusi-industri-40>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sultoni, A. (2013). *Pengaruh Pemanfaatan Internet Sebagai Sumber Belajar Sejarah Terhadap Motivasi Belajar Siswa Kelas XI IPS SMA N 1 Wiradesa Kabupaten Pekalongan Tahun Pelajaran 2011/2012*. Universitas Negeri Semarang.
- Ulfa, M. (2008). Efektivitas Instagram dalam Mempromosikan Penjualan Kamar Batiqa Hotel Pekanbaru. *JOM FISIP*, 5(1), 1–14.
- Winarsih dan Sri Ati. (2013). Kebutuhan dan Perilaku Pencarian Informasi Taruna Angkatan 46 di Perpustakaan Politeknik Ilmu Pelayaran Semarang. *Ilmu Perpustakaan*, 2(4), 9–17
- YUD. (2018). *Menristekdikti: Mahasiswa Indonesia Mencapai 7,5 Juta*. <https://www.beritasatu.com/nasional/521969/menristekdikti-mahasiswa-indonesia-mencapai-75-juta>
- Google Support. <https://support.google.com/assistant/answer/7172657?co=GENIE.Platfor%3DAndroid&hl=id> (diakses pada 25 April 2020)