

## PERSEPSI NILAI INFORMASI DAN DAMPAKNYA TERHADAP KUALITAS INFORMASI PADA LINE TODAY NEWS MEDIA PLATFORM

Geovani Legiansyah<sup>1\*</sup>, Kurnia<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Ilmu Komunikasi, STIKOM Inter Studi, Jakarta  
E-mail: <sup>1)</sup> [geovanilegiansyah27@gmail.com](mailto:geovanilegiansyah27@gmail.com), <sup>2)</sup> [kurnia.add@gmail.com](mailto:kurnia.add@gmail.com)

### Abstract

*Advances in information technology today make it easier to search and broadcast information content. The Digital Platform has become a media channel that has experienced a significant increase in information dissemination and meeting information needs. Perceived Value can be measured through three main dimensions where the audience has three expectations of value for quality information based on Verbal information, Nonverbal information. This research is a quantitative research with the population understanding the value of satisfaction and quality of information. The research sample was determined using the Lameshow Sample Size. The data were analyzed using Partial Least Square (PLS) with the stages of testing the measurement model through validity and reliability tests and structural model testing to assess the significance of the research hypothesis. Line Today users in Indonesia are still very high, with the majority of respondents being male with a percentage of 56% and female only 44%. For the age of the respondents, the predominant range is between 18 – 24 years with a percentage of 69% and most of them are domiciled in Jabodetabek (80%). The value of the Coefficient of Determination (R<sup>2</sup>Information) Quality 76.2% is explained by the variables Quality of Verbal Information and Quality of Non Verbal Information. An information on Line Today concluded that both the quality of verbal and non-verbal information, both proved to have a positive influence in improving the quality of an information. The results are consistent with previous research that the perception of the value of information consists of the perception of verbal quality and perceived quality of non-verbal.*

**Keywords:** Perception, Digital Platform, Information Quality

### Abstrak

Kemajuan teknologi informasi saat ini memudahkan pencarian dan penyiaran konten informasi. Platform Digital telah menjadi saluran media yang mengalami peningkatan yang signifikan dalam penyebaran informasi dan pemenuhan kebutuhan informasi. *Perceived Value* dapat diukur melalui tiga dimensi utama dimana audiens memiliki tiga ekspektasi nilai untuk kualitas informasi berdasarkan informasi Verbal, informasi Nonverbal. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan mengambil populasi yang memahami tentang nilai kepuasan dan kualitas informasi. Sampel penelitian ditentukan dengan menggunakan *Lameshow Sample Size*. Analisis data yang digunakan yaitu *Partial Least Square* (PLS) dengan tahapan pengujian model pengukuran melalui uji validitas dan reliabilitas, serta pengujian model struktural untuk mendapatkan nilai signifikansi hipotesis penelitian. Pengguna Line Today di Indonesia masih sangat tinggi, dengan mayoritas responden adalah laki-laki dengan persentase 56% dan perempuan hanya 44%. Untuk usia responden, rentang usia yang dominan adalah antara 18 – 24 tahun dengan persentase 69% dan sebagian besar berdomisili di Jabodetabek (80%). Nilai Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>Informasi) Kualitas 76,2% dijelaskan oleh variabel Kualitas Informasi Verbal dan Kualitas Informasi Non Verbal. Sebuah informasi di Line Today

menyimpulkan bahwa baik kualitas informasi verbal maupun non-verbal, keduanya terbukti memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan kualitas sebuah informasi. Hasil yang didapat dalam penelitian ini semakin memperkuat pernyataan pada penelitian sebelumnya yaitu bahwa persepsi nilai informasi terdiri dari persepsi kualitas verbal dan persepsi kualitas non verbal.

**Kata kunci:** Persepsi, Platform Digital, Kualitas Informasi

## **PENDAHULUAN**

Kemajuan teknologi informasi saat ini mempermudah pencarian dan penyiaran konten informasi (Nurullita & Prasetyawati, 2019). Platform Digital telah menjadi saluran media yang mengalami peningkatan signifikan dalam penyebaran informasi dan memenuhi kebutuhan informasi (Ortiz-Ospina & Roser, 2023).

Situs jejaring sosial salah satunya yang kemudian telah banyak berevolusi tidak hanya sebagai sarana berkomunikasi dan berinteraksi tetapi juga telah menjadi platform yang berkembang sebagai media pencarian maupun sumber berbagi informasi dan berita yang paling cepat (Hölig et al., 2020). Bahkan selama Pandemi Covid-19 dalam mengakses informasi pemberitaan, *audiens* media terus beralih dari sumber media tradisional ke jejaring sosial (Forbes, 2020).

LINE Today merupakan News Media Platform yang berhasil di Jepang dibawah LINE Corporation dan telah melakukan penetrasi audiens di Indonesia sebagai salah satu tiga besar pasar teratasnya LINE berhasil memiliki 80% *audiens milenial* di Indonesia dan berharap dengan adanya LINE Today sebagai *News Media Platform*. LINE juga dapat menasar pasar *nonmilenial* yang belum secara optimal menjadi *audiens*-nya (Tehusjarana, 2018).

Namun saat ini LINE Today masih belum menjadi portal nomor 1 untuk kategori *News Broadcasting Platform*, karena platform berita nomer 1 saat ini masih di duduki oleh platform berita IDN APP dan nomer 2 di duduki oleh LINE Today dan yang terakhir diduki oleh Kompas.com. (IDN TIMES, n.d.). *Rating* dan *Riview Line* pada *App Store* maupun *Play Store* menunjukkan tingkat kepuasan atas kualitas aplikasi bagi pengguna masih pada *rate stars* 3,2. Hal ini menunjukkan bahwa LINE Today masih harus mengoptimalkan kualitas *News Broadcasting Platform*-nya.

Setiap media informasi memiliki karakteristik yang berbeda-beda dan penggunaannya harus disesuaikan dengan kebutuhan *audiens* sehingga informasi dapat dinilai relevan serta berkualitas (Agarwal & Yiliyasi, 2010). Pemahaman eksistensi media pemberitaan tidak hanya perlu dilakukan melalui pendekatan persepsi *audiens* media tetapi juga memerlukan

pemahaman konsep media pemberitaan yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi pendukungnya (Respati, 2014).

Oleh karena itu telah dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu faktor-faktor yang dianggap memiliki nilai informasi oleh pengguna media dalam meningkatkan kualitas News Broadcasting Platform. Sehingga, penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh persepsi nilai terhadap kualitas informasi melalui pendekatan studi pada LINE Today News Media Platform.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### ***Customer Percieved Value***

Dalam studi kepuasan atas kualitas informasi, *Percieved Value* dipahami sebagai harapan nilai pengguna atas informasi yang diakses melalui media tertentu (Jiang et al., 2021). *Percieved Value* dapat diukur melalui tiga dimensi utama; dimana *audiens* memiliki tiga harapan nilai atas informasi yang berkualitas didasarkan pada *Verbal information, Nonverbal information* (Zhang & Mao, 2008).

Persepsi kualitas informasi verbal mengacu pada penilaian konsumen terhadap kualitas informasi secara verbal (yaitu deskripsi informasi secara tekstual); sejauh mana informasi tekstual tersebut lengkap, akurat dan terformat. Sedangkan persepsi kualitas informasi nonverbal mengacu pada kualitas yang dirasakan dari presentasi visual sebuah informasi (misalnya gambar atau ilustrasi sebuah informasi) (Wixom & Todd, 2005).

### ***Information Quality***

Kualitas informasi adalah sejauh mana informasi yang dipersepsikan oleh pengguna, dengan tolak ukur yang digunakan yaitu keakuratan informasi (*accuracy*), relevansi (*relevance*), kelengkapan informasi (*completeness*), dan kemudahan informasi tersebut untuk dimengerti (*easy of understanding*) (DeLone & McLean, 2004). Kualitas informasi akan mengacu pada penilaian subjektif pengguna apakah karakteristik informasi memenuhi kebutuhan penggunaan yang diharapkan (Jiang et al., 2021). Kepuasan pengguna media akan kualitas informasi didefinisikan sebagai keadaan afektif yang menangkap reaksi emosional konsumen terhadap berbagai jenis informasi yang tersedia pada suatu platform media (McKinney et al., 2002). Informasi yang berkualitas akan sangat menentukan kepuasan pengguna dalam mengakses sebuah media (Wixom & Todd, 2005).

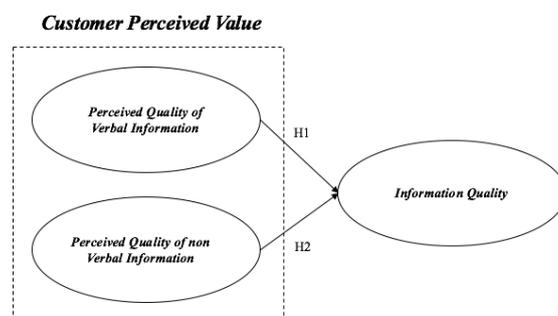
Di lingkungan digital, kualitas Informasi juga memegang peran penting dalam keputusan *audiens* dalam mengakses media (Wixom & Todd, 2005). Kepuasan pengguna

media dalam mendapatkan informasi didasarkan pada preferensi mereka terhadap nilai kualitas informasi tersebut dapat didasarkan pada ketertarikan pada konteks verbal maupun visual (Shahbaznezhad et al., 2021). Kualitas informasi akan sangat ditentukan pada sejauh mana pengguna media dapat menilai kualitas informasi yang didapatkan (Ferhatoglu & Kudsioglu, 2020).

Berdasarkan uraian yang ada dalam penelitian ini, maka dapat kami jabarkan hipotesisnya sebagai berikut :

H1: *Quality of Verbal Information* memberikan pengaruh yang positif terhadap *Information Quality*

H2: *Quality of Non Verbal Information* memberikan pengaruh yang positif terhadap *Information Quality*



Gambar 1. Model dan Hipotesis Penelitian

Sumber: Diadopsi dari penelitian terdahulu oleh Wixom & Todd, (2005)

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan populasi yang memahami nilai kepuasan dan kualitas informasi. Sampel penelitian ini menggunakan penghitungan sampel *Lameshow*, sehingga telah didapatkan jumlah sampel sebanyak 100 responden berdasarkan perhitungan dibawah ini.

Maka substitusi nilai p dalam rumus Lemeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 p(1 - p)}{(d^2)}$$

$$n = \frac{z^2 0,5(1 - 0,5)}{(d^2)}$$

$$n = \frac{z^2}{4d^2}$$

N merupakan jumlah *sample*, P adalah adalah proposi populasi dan Z merupakan skor dari Z, kemudian D adalah *alpha* (0,005).

Persamaan diatas adalah sebuah rumus baku apabila jumlah populasinya tidak diketahui, jika derajat kepercayaan berjumlah sebesar 95% dan *sampling error* sebagai 10% dan jumlah *sample* sebesar 1,96 maka perhitungannya:

$$n = \frac{z^2}{4d^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,4 = 100$$

Jumlah sample yang dihasilkan menurut rumus *Lemeshow*, yaitu sebesar 96,04 dan kemudian dibulatkan menjadi sebanyak 100 responden.

Teknik *Sampling* yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Purposive Sampling*, dengan kriteria sampel nya yaitu merupakan pengguna aktif Line Today. Indikator variable penelitian diadopsi dari penelitian terdahulu oleh (Wixom & Todd, 2005). *Quality of Verbal Information* terdiri atas 2 skala item (*Completeness, Accuracy*) beserta 6 pertanyaan. *Quality of Non Verbal Information* akan diukur menggunakan 2 skala item (*Format, Currency*) beserta 6 pertanyaan dan *Quality of Decision Support Tools* akan diukur menggunakan 2 skala item (*Reability Accesibility*) beserta 6 pertanyaan diadaptasi dari (Wixom & Todd, 2005).

Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan secara *online* dengan Google Form, menggunakan skala pengukuran *likert* 1 (sangat tidak setuju), hingga 5 (sangat setuju). Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan tahapan pengujian model pengukuran melalui uji validitas dan reliabilitas dan juga pengujian model *structural* (*Structural Equation Modeling*) untuk menilai signifikansi hipotesis penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Seluruh responden dalam penelitian ini menyatakan bahwa mereka mengetahui *news platform* “LINE Today” dengan mayoritas responden berjenis kelamin laki- laki dengan persentase sebesar 56% sedangkan untuk jenis kelamin perempuan hanya sebanyak 44%. Untuk usia responden, didominasi rentang antara 18 – 24 tahun dengan persentase 69% dan sebagian besar berdomisili di Jabodetabek (80%). Para responden berpendapat bahwa informasi yang disajikan pada LINE Today selalu *update* dan juga memiliki tampilan gambar yang menarik serta relevan dengan berita- berita yang disajikan.

Hasil pengukuran model (tabel 1) menunjukkan bahwa masing-masing indikator pada variabel memiliki nilai *outer loading* diatas 0,70 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) pada masing- masing variabel juga menunjukkan nilai yang lebih tinggi dari 0,50 sehingga dapat dipastikan kembali bahwa semua indikator pada penelitian ini terbilang valid (Boonlertvanich, 2019). Dengan hasil *Composite Reliability* (CR) pada masing-masing variabel yang memiliki nilai lebih dari 0,70 menandakan bahwa keseluruhan variabel telah teruji reliabilitasnya.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

Variable	Mean	AVE (>0,50)	CR (>0,70)
X1 (QVI)	4.210	0.689	0.899
X2 (QNVI)	4.153	0.637	0.875
Y (IQ)	4.092	0.719	0.947
Note :	QVI ( <i>Quality of Verbal Information</i> ) : <i>Completeness &amp; Accuracy</i>		
	QNVI ( <i>Quality of Non Verbal Information</i> ) : <i>Format &amp; Currency</i>		
	IQ ( <i>Information Quality</i> )		

Sumber: Hasil olah data penelitian, 2022

Nilai Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) dalam penelitian ini yang tertera pada tabel 2 sebesar 0,762 menunjukkan bahwa *Information Quality* 76,2% dijelaskan oleh variabel *Quality of Verbal Information* dan *Quality of Non Verbal Information*, sedangkan 23,8% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian. Untuk hasil dari pengujian hipotesis (Tabel 2) menunjukkan bahwa *Quality of Verbal Information* (T Stat = 7.657,  $\beta$  = 0.568, p = 0.000) dan *Quality of Non Verbal Information* (T Stat = 4.310,  $\beta$  = 0.365, p = 0.000) juga terbukti signifikan berpengaruh positif terhadap *Quality Information*.

**Tabel 2. Uji Hipotesis**

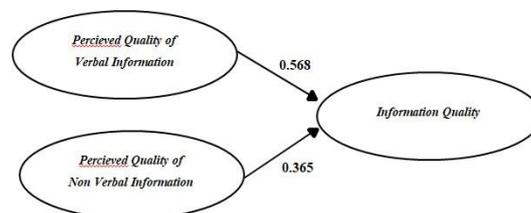
Hypothesis	Coefficient	T Statistic	P Values	Results
X1 (QVI)	0.568	7.657	0,000	Support
X2 (QNVI)	0.365	4.310	0,000	Support
Note :	QVI ( <i>Quality of Verbal Information</i> ) : <i>Completeness &amp; Accuracy</i>			
	QNVI ( <i>Quality of Non Verbal Information</i> ) : <i>Format &amp; Currency</i>			

Sumber: Hasil olah data penelitian, 2022

Model hasil penelitian (Gambar 2), menunjukan bahwa *Quality of Verbal Information* memiliki pengaruh yang paling besar ( $\beta$  = 0,568) dalam membangun *Quality Information*. Penemuan ini juga didukung dengan hasil data yang deskriptif dan menunjukkan nilai mean tertinggi variabel independen berada pada mean variabel *Quality of Verbal Information* (4.210) yang menjelaskan bahwa kualitas informasi verbal dari news platform LINE Today dalam

memberikan sebuah informasi menjadi faktor utama yang membuat pengguna LINE Today menikmati sajian informasi yang berkualitas baik. Responden menganggap bahwa aspek kualitas informasi verbal dapat dinilai dari penyajian informasi berita yang akurat, tepat, dan dapat diandalkan. Informasi tersebut akan dievaluasi sebagai informasi yang bernilai, karena memiliki sumber dan data lengkap, terformat dan berbobot. Aspek-aspek tersebut yang menjadi penilaian kualitas verbal yang dalam penelitian ini terbukti menjadi variabel dominan dalam mempengaruhi kualitas informasi LINE Today.

Selanjutnya, *Quality of Non Verbal Information* menjadi variabel kedua yang membangun kualitas informasi yang diberikan oleh LINE Today ( $\beta = 0,365$ ). Sekalipun nilai rata-rata *mean* pada variabel *Quality of Non Verbal Information* masih berada dibawah variabel *Quality of Verbal Information*, mean indikator variabel ini masih dalam rentang skala yang relatif tinggi (4.000). Responden menganggap bahwa ilustrasi berita, foto yang relevan, video yang melengkapi informasi berita dan layout berita yang baik merupakan bagian yang penting dalam menentukan kualitas informasi nonverbal, yang dalam penelitian ini merupakan variabel kedua yang mempengaruhi *Information Quality*.



**Gambar 2. Model Hasil Penelitian**

Sumber: Hasil olah data penelitian, 2022

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian kualitas informasi verbal dan non verbal dalam meningkatkan kualitas sebuah informasi pada LINE Today dapat ditarik kesimpulan bahwa baik kualitas informasi verbal maupun non verbal, keduanya terbukti memberikan pengaruh yang positif dalam meningkatkan kualitas dari sebuah informasi.

Dalam penelitian ini, ditemukan hasil yang konsisten dengan penelitian terdahulu bahwa persepsi nilai informasi terdiri atas persepsi kualitas verbal dan persepsi kualitas informasi non verbal. Kedua variabel nilai tersebut juga terbukti berpengaruh terhadap kualitas informasi. Adapun temuan bahwa, kualitas informasi verbal menjadi variabel yang paling besar mempengaruhi kualitas sebuah informasi dibandingkan dengan kualitas informasi non verbal. Maka, untuk dapat tetap mempertahankan kualitas informasinya,

LINE Today harus dapat konsisten mempertahankan kualitas informasi verbalnya dengan konsisten menyajikan berita yang tepat, akurat, bernilai, dengan didukung sumber dan data yang lengkap, terformat dan berbobot. Selain itu, LINE Today juga harus dapat secara berimbang meningkatkan kualitas ilustrasi berita, penyajian foto dan video yang relevan maupun visualisasi *layout* berita yang baik sehingga dapat semakin meningkatkan kualitas informasi LINE Today.

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami Persepsi Nilai Informasi dan Dampaknya terhadap Kualitas Informasi pada LINE Today News Media Platform, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggali potensi kualitas informasi verbal dan non verbal terhadap kualitas informasi yang disajikan pada news platform lainnya agar dapat memperluas temuan manfaat kualitas informasi verbal dan non verbal terhadap kualitas informasi pada industri sejenis lainnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agarwal, N., & Yiliyasi, Y. (2010). Information quality challenges in social media. Proceedings of the 2010 International Conference on Information Quality, ICIQ 2010, June.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2004). Measuring e-commerce success: Applying the DeLone and McLean Information Systems Success Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 9(1), 31–47. <https://doi.org/10.1080/10864415.2004.11044317>
- Esteban Ortiz-Ospina. (2019). The rise of social media. *Our World in Data*. <https://ourworldindata.org/rise-of-social-media>
- Forbes. (2020). People Increasingly Turn To Social Media For News. <https://www.forbes.com/sites/mikevorhaus/2020/06/24/people-increasingly-turn-to-social-media-for-news/?sh=592796f13bcc>
- Hölig, S., & Hasebrink, U. (2020). Reuters Institute Digital News Report 2020. Reuters Institute Digital News Report 2020, 73. [www.leibniz-hbi.de](http://www.leibniz-hbi.de).
- IDN TIMES. (n.d.). No Title. <https://www.idntimes.com/tech/trend/iz-za-namira-1/aplikasi-berita-terbaik/4>
- Jiang, G., Liu, F., Liu, W., Liu, S., Chen, Y., & Xu, D. (2021). Effects of information quality on information adoption on social media review platforms: moderating role of perceived risk. *Data Science and Management*, 1(1), 13–22. <https://doi.org/10.1016/j.dsm.2021.02.004>

- Lewis, R. R. (2005). Ecological engineering for successful management and restoration of mangrove forests. *Ecological Engineering*, 24(4 SPEC. ISS.), 403–418. <https://doi.org/10.1016/j.ecoleng.2004.10.003>
- McKinney, V., Yoon, K., & Zahedi, F. (2002). The measurement of Web- customer satisfaction: An expectation and disconfirmation approach. *Information Systems Research*, 13(3), 296–315. <https://doi.org/10.1287/isre.13.3.296.76>
- Nurullita, V. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Twitter @Metrovtoday Dalam Membangun Engagement Dengan Pemirsa Program “Prime Talk” Di Metro Tv. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, 1(1). <https://doi.org/10.33376/ic.v1i1.357>
- Park, Y., & Gretzel, U. (2010). Shopping Proneness and Perceived Usefulness of Comparison Shopping Tools. 342–354.
- Respati, W. (2014). Transformasi Media Massa Menuju Era Masyarakat Informasi di Indonesia. *Humaniora*, 5(1), 39. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i1.2979>
- Shahbaznezhad, H., Dolan, R., & Rashidirad, M. (2021). The Role of Social Media Content Format and Platform in Users’ Engagement Behavior. *Journal of Interactive Marketing*, 53, 47–65. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2020.05.001>
- Tehusijarana. (2018). LINE launches dedicated news app for indonesian users. <https://www.thejakartapost.com/news/2018/06/29/line-launches-dedicated-news-app-for-indonesian-users.html>
- Wixom, B. H., & Todd, P. A. (2005). A theoretical integration of user satisfaction and technology acceptance. *Information Systems Research*, 16(1), 85–102. <https://doi.org/10.1287/isre.1050.0042>
- Yilmaz Ferhatoglu, S., & Kudsioglu, T. (2020). Evaluation of the reliability, utility, and quality of the information in cardiopulmonary resuscitation videos shared on Open access video sharing platform YouTube. *Australasian Emergency Care*, 23(3), 211–216. <https://doi.org/10.1016/j.aucec.2020.05.005>
- Zhang, E. M. (2010). Understanding the Acceptance of Mobile SMS Advertising among Young Chinese Consumers. *Psychology & Marketing*, 30(6), 461–469. <https://doi.org/10.1002/mar>