

## **BAB III**

### **KONDISI OBJEKTIF DAN ANALISIS HASIL PENELITIAN**

#### **3.1 Gambaran Umum Objek Lokasi Penelitian**

##### **3.1.1 Sejarah Dinas Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Bandung**

BAKOMINFO Kota Bandung merupakan Lembaga Teknis Daerah dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 12 Tahun 2007, Tanggal 4 Desember 2007 serta merupakan penggabungan Satuan Kerja Pemerintah Daerah (SKPD) Dinas dan Kantor di lingkungan Pemerintah Kota Bandung yaitu Dinas Informasi dan Komunikasi dengan Kantor Pengolahan Data Elektronik (KPDE). Dengan demikian Bakominfo berdiri sejak diberlakukannya PERDA Nomor 12 Tahun 2007 tentang Pembentukan dan Susunan Organisasi Dinas Daerah Kota Bandung. Dengan diterbitkan dan berlakunya Perda Kota Bandung Nomor : 13 Tahun 2009 tentang Perubahan Atas Perda Kota Bandung No. 13 Tahun 2007 tentang Pembentukan dan Susunan Organisasi Dinas Daerah. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 13 Tahun 2009 Tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 13 Tahun 2007 Tentang Pembentukan dan Susunan Organisasi Dinas Daerah Kota Bandung Tanggal 7 Agustus 2009, maka Badan Komunikasi dan Informatika Kota Bandung menjadi Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Kota Bandung.

(Sumber: <http://bandung.go.id/rwd/index.php?fa=dilemtek.detail&id=19>)

Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Pemerintah Kota Bandung adalah instansi yang berada dibawah naungan Pemerintah Kota Bandung. Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Pemerintahan

Kota Bandung mengalami perkembangan berdasarkan kebijakan yang terus menerus mengalami perubahan ke arah yang lebih baik, sehingga dapat menjalankan kegiatan secara maksimal dalam memperbaiki kesejahteraan masyarakat.

Dasar hukum menjadi acuan kegiatan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung adalah :

1. Undang-Undang No. 32 Tahun 2004, tentang Pemerintah Daerah
2. Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2007 tentang Organisasi Perangkat Daerah
3. Peraturan Daerah No.13 tahun 2009 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 13 Tahun 2007 Tentang Pembentukan dan Susunan Organisasi Dinas Daerah Kota Bandung.

### **3.1.2 Visi Misi Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung**

Dinas Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Bandung memiliki Visi dan Misi sebagai berikut:

#### **1. Visi Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung:**

“Terwujudnya efektifitas dan efisiensi komunikasi dan informatika penyelenggaraan pemerintah daerah dalam rangka mewujudkan Kota Bandung sebagai kota jasa bermartabat”.

#### **2. Misi Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung:**

1. Meningkatkan dan mengembangkan kemitraan, pemberdayaan dan pendayagunaan prasarana dan sarana komunikasi dan informatika;

2. Meningkatkan layanan publik dan pemberdayaan masyarakat dalam rangka meningkatkan komunikasi dialogis;
3. Meningkatkan pelayanan informasi dan pemberdayaan potensi masyarakat dalam rangka mewujudkan budaya masyarakat berbasis teknologi informasi;
4. Meningkatkan kerjasama, kemitraan dan pemberdayaan lembaga komunikasi dan informatika pemerintah dan masyarakat;
5. Mendorong peran media massa dalam rangka meningkatkan informasi yang beretika dan bertanggungjawab;
6. Meningkatkan sumber daya manusia bidang komunikasi dan informatika yang handal.

Ditinjau dari persepektif kehumasan, misi yang diterapkan pada Diskominfo Kota Bandung memiliki kesesuaian dengan ilmu kehumasan, seperti: hubungan internal, hubungan eksternal, pelayanan publik, media *relations*, dan meningkatkan kualitas publik internal. Hubungan internal dikelola tidak terlepas untuk menjaga hubungan baik antara karyawan dengan atasan, atasan dengan karyawan, atau sesama karyawan agar terjalin hubungan yang harmonis diantara keduanya, sehingga dapat mencapai tujuan organisasi bersama-sama.

Hubungan eksternal merupakan sebuah hubungan yang harus dijaga oleh organisasi/instansi yaitu publik-publik yang bersangkutan atau yang berkepentingan dengan organisasi/instansi. setiap instansi/organisasi pasti memiliki sebuah tujuan yang ingin di capai, maka dari itu selain hubungan dengan publik internal, hubungan dengan publik eksternal seperti masyarakat dan perspun

mesti dibina dengan baik karena pada dasarnya instansi tidak akan bisa berjalan sendiri tanpa bekerja sama dengan berbagai pihak.

### **3.1.3 Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung**

Dinas Komunikasi dan Informasi Pemerintahan Kota Bandung memiliki tugas pokok dan fungsi sebagai berikut:

#### **1. Tugas Pokok:**

Melaksanakan sebagian urusan Pemerintahan Daerah di bidang komunikasi, informatika dan hubungan masyarakat berdasarkan azas otonomi dan pembantuan.

#### **2. Fungsi :**

1. Perumusan kebijakan teknis di bidang komunikasi, informatika dan hubungan masyarakat;
2. Pembinaan dan pelaksanaan komunikasi, informatika dan kehumasan yang meliputi pos dan telekomunikasi, sarana komunikasi, desiminasi informasi dan teknologi informasi serta hubungan masyarakat;
3. Pelaksanaan pelayanan teknis administratif Dinas, dan
4. Pelaksanaan tugas yang diberikan oleh Walikota sesuai dengan tugas dan fungsinya.

*(Sumber: softfile microsoft word yang diberikan oleh bpk. Edi Ubaidillah)*

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

#### **3.2.1 Uji Validitas**

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan item-item dalam suatu daftar pertanyaan atau pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel.

Metode yang digunakan dalam pengujian validitas ini menggunakan metode uji korelasi *Pearson Product Moment* dengan cara mengukur validitas dengan mencari korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total diperoleh, nilai tersebut dibandingkan dengan nilai kritik, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  , maka data valid
2. Jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  , maka data tidak valid

Nilai  $r_{tabel}$  diperoleh dengan melihat tabel *degree of freedom*, nilai  $df$  diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$df = n - 2$$

keterangan:

$df = degree\ of\ freedom$

$n =$ jumlah sampel

Perhitungan dilakukan dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden.

Maka nilai  $df$  sebagai berikut:

$$df = n - 2$$

$$= 50 - 2$$

$$= 48$$

$$r_{tabel} = 0,284$$

Berdasarkan perhitungan tersebut nilai  $df=48$ , dengan taraf signifikansi sebesar 5% maka nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,284

### 3.2.1.1 Uji Validitas Variabel X (Media Online Diskominfo Kota Bandung)

Uji validitas variabel X (Media Online Diskominfo Kota Bandung) menggunakan SPSS 16.0 , dengan hasil perhitungan dalam tabel berikut ini :

(Tabel 3.1)  
 Hasil Uji Validitas Variabel (X) Media *Online*

Kategori	No Item	Nilai r hitung	r tabel	Keterangan
Menambah Pengetahuan	1	0,431	0,284	Valid
	2	0,485	0,284	Valid
	3	0,542	0,284	Valid
Mengurangi Ketidakpastian Informasi	4	0,717	0,284	Valid
	5	0,706	0,284	Valid
	6	0,603	0,284	Valid
Mengurangi Resiko Kegagalan	7	0,731	0,284	Valid
	8	0,709	0,284	Valid
	9	0,717	0,284	Valid

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh kesimpulan bahwa 9 (sembilan) item pernyataan pada variable X dinyatakan valid karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dengan demikian, seluruh indikator yang terdapat pada variable X (Media *Online* Diskominfo Kota Bandung) dinyatakan valid.

### 3.2.1.2 Uji Validitas Variabel Y (Sikap masyarakat Pengguna Media *Online* Diskominfo Kota Bandung)

Uji validitas variabel Y (Sikap masyarakat Pengguna Media *Online* Diskominfo Kota Bandung) menggunakan SPSS 16.0, dengan hasil perhitungan dalam tabel berikut ini :

(Tabel 3.2)  
 Hasil Uji Validitas Variabel (Y) Sikap

Kategori	No Item	Nilai r hitung	r tabel	Keterangan
Kejelasan Informasi	1	0,779	0,284	Valid
	2	0,682	0,284	Valid
	3	0,671	0,284	Valid
Relevansi Informasi	4	0,725	0,284	Valid
	5	0,679	0,284	Valid
	6	0,616	0,284	Valid
Keakuratan	7	0,540	0,284	Valid

Informasi	8	0,642	0,284	Valid
	9	0,567	0,284	Valid

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh kesimpulan bahwa 9 (sembilan) item pernyataan pada variable Y dinyatakan valid karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dari hasil data di atas menunjukkan  $r_{hitung} > 0,284$  angka tersebut didapatkan dari:

$$df = n - 2 (50 - 2 = 48)$$

Keterangan:

$df = \text{degree of freedom}$

$n = \text{jumlah responden}$

Dengan demikian, seluruh indikator yang terdapat pada variabel Y (Sikap masyarakat Pengguna Media *Online* Diskominfo Kota Bandung) dinyatakan valid.

### 3.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas data digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode yang digunakan pada pengujian uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach's alpha*, karena metode *Cronbach's alpha* digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang berbentuk angket, misalnya angket dengan skala likert.

Sebuah instrumen dapat dikatakan reliabel atau tidak berdasarkan hasil perhitungan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai *Cronbach's alpha*  $> 0,70$  kontruk pernyataan dimensi variabel adalah reliabel

2. Jika nilai *Cronbach's alpha* < 0,70 konstruk pernyataan dimensi variable adalah tidak reliabel

Menurut Sekaran, hasil uji reliabilitas yang kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.

Perhitungan uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's alpha*, dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r = koefisien reliability instrument

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  = total varians butir

$\sigma_t^2$  = total varians

(Tabel 3.3)

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Standardized</i>	Keterangan
1	Media Online	0,812	0,7	Reliabel
2	Sikap Pengguna	0,834	0,7	Reliabel

Data tabel di atas diketahui bahwa semua semua pernyataan adalah reliabel karena mempunyai nilai > 0,7. Hasil uji coba instrument ini membuktikan bahwa instrument yang diajukan untuk penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel. Hasil pengujian terhadap media *online* menghasilkan nilai *Cronbach*



*Alpha* sebesar 0,812. Hal ini membuktikan instrumen media *online* adalah reliabel dengan baik karena nilai *Cronbach Alpha* nya lebih dari 0,7. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dari variabel media *online* teruji realibilitasnya. Hasil pengujian terhadap sikap pengguna menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,834. Hal ini membuktikan instrumen sikap adalah reliabel dengan baik karena nilai *Cronbach Alpha* nya lebih besar 0,7. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dari variabel sikap teruji reliabilitasnya.

### 3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas di maksudkan untuk mengetahui apakah residual terstandarisasi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak.

Hipotesis:

$H_0$  : Data berasal dari populasi yang berdistribusi normal

$H_1$  : Data tidak berasal dari populasi yang berdistribusi normal

**Tabel 3.4**  
**Uji Normalitas**

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98974332
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.095
	Negative	-.042
Kolmogorov-Smirnov Z		.668
Asymp. Sig. (2-tailed)		.763

		Standardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98974332
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.095
	Negative	-.042
Kolmogorov-Smirnov Z		.668
Asymp. Sig. (2-tailed)		.763
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: SPSS Ver. 16

Kriteria Hipotesis:

$P_v > \alpha = H_0$  diterima

$P_v < \alpha = H_0$  ditolak

Berdasarkan hasil *output* SPSS di atas diperoleh  $P_v$  sebesar 0,763. Maka dari kriteria hipotesis di atas  $P_v > 0,05$  maka  $H_0$  di terima, maka nilai residual tersebut normal atau dapat disimpulkan bahwa uji normalitas untuk penelitian tersebut terpenuhi.

### 3.4 Analisis Item

#### 3.4.1 Analisis Data Responden

Data responden dalam penelitian ini adalah pengguna media *online* Diskominfo Kota Bandung yang berada di kawasan Kota Bandung. Adapun identitas responden mencakup jenis kelamin, usia, Pendidikan terakhir, pekerjaan responden saat ini, media *online* Diskominfo Kota Bandung yang sering diakses,

mengakses media *online* perharinya, mengakses media *online* Diskominfo Kota Bandung perminggunya, dan intensitas waktu setiap kali mengakses media *online* Diskominfo Kota Bandung. Data tersebut diperlukan dalam penelitian ini untuk mengetahui latar belakang responden yang dapat menjadi masukan untuk menjelaskan hasil yang diperoleh. Analisis data responden dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan :

$f$  : Frekuensi

$n$  : Jumlah Keseluruhan Responden

Dari 50 angket yang disebarakan kepada responden yang menjadi sumber penelitian, dapat dianalisis sebagai berikut:

#### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 3.5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis kelamin	Jumlah	%
1	Laki-laki	29	58%
2	Perempuan	21	42%
	Jumlah	50	100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki lebih banyak dibandingkan dengan jumlah responden berjenis kelamin perempuan. Dapat dilihat dari tabel diatas, dari responden berjumlah 50 orang terdiri dari laki-laki berjumlah 29 orang dengan presentase sebesar 58%, dan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 21 orang dengan presentase

sebesar 42%. Hal ini merupakan faktor kebetulan karena saat melakukan penelitian, responden yang lebih banyak berpartisipasi adalah laki-laki.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 3.6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah	%
1	Kurang dari 20 tahun	4	8%
2	Antara 21 s/d 25 tahun	29	58%
3	Antara 26 s/d 30 tahun	12	24%
4	Antara 31 s/d 35 tahun	2	4%
5	Diatas 35 tahun	3	6%
	<b>JUMLAH</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Angket Penelitian*

Tabel di atas menerangkan karakteristik responden berdasarkan usia. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 50 responden yang telah diteliti, sebagian besar responden media *online* Diskominfo Kota Bandung berusia diantara 21 sampai dengan 25 tahun.

Hal ini dikarenakan kebanyakan dari responden yang lebih senang mengakses media *online* yaitu orang-orang yang usianya masih muda sekitar 21-25 tahun. Sedangkan urutan kedua yaitu usia 26-30 tahun. Dilihat dari segi usia responden, usia tersebut merupakan usia produktif dan haus akan informasi. Maka mereka mencari banyak informasi melalui berbagai sumber termasuk media *online*.

## 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

**Tabel 3.7**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

NO	PENDIDIKAN	JUMLAH	%
1	SD atau yang sederajat	0	0%
2	SMP atau yang sederajat	3	6%

3	SMA atau yang sederajat	28	56%
4	Diploma atau Sarjana	19	38%
5	Pasca Sarjana	0	0
	JUMLAH	50	100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Tabel di atas menerangkan karakteristik responden berdasarkan pendidikan. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 50 responden yang telah diteliti, sebagian besar responden media *online* Diskominfo Kota Bandung dengan pendidikan terakhir SMA atau yang sederajat.

Pendidikan seseorang sering dikaitkan dengan pemahaman mereka untuk menilai suatu hal. Saat pendidikan seseorang semakin tinggi maka seharusnya makin banyak pula pertimbangan yang dilakukan sebelum memutuskan suatu hal. Pendidikan juga memiliki keterkaitan dengan perilaku seseorang, oleh karena itu akan muncul masyarakat yang rasional emosional. Menurut menurut McGuire dalam Azwar (1995:82) bahwa intelegensi mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap proses pemahaman isi pesan dan penerimaan persuasi dikarenakan orang yang cerdas akan lebih mudah memahami isis pesan persuasif.

Hasil dari angket yang disebarkan pada responden menunjukkan bahwa lebih dari setengahnya merupakan lulusan SMA atau sederajat sehingga bisa dianggap cukup memiliki pengetahuan dalam memahami informasi yang ada dalam media *online*.

#### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi/Pekerjaan

**Tabel 3.8**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi/Pekerjaan**

NO	PROFESI/PEKERJAAN	JUMLAH	%
1	Pelajar/Mahasiswa	28	56%
2	PNS	3	6%

3	Pegawai Swasta	7	14%
4	Wiraswasta	5	10%
5	Lainnya	7	14%
	JUMLAH	50	100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Tabel di atas menerangkan karakteristik responden berdasarkan profesi/pekerjaan. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 50 responden yang telah diteliti, sebagian besar responden media *online* Diskominfo Kota Bandung berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa.

Jenis pekerjaan responden digunakan peneliti untuk mengetahui jenis pekerjaan saat ini yang sedang ditekuni responden. Status pekerjaan manusia pada umumnya berbeda-beda, sehingga membuat respon yang berbeda pula termasuk dalam pencarian informasi dalam pemenuhan kebutuhan informasi mereka.

Terlihat dari banyaknya informasi pekerjaan responden sebagai pelajar/mahasiswa menunjukkan bahwa media *online* Diskominfo Kota Bandung memiliki peminat dari kalangan pelajar/mahasiswa yang memiliki tingkat apresiasi yang cukup tinggi dan pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

#### 5. Media *Online* Diskominfo Kota Bandung yang Sering Diakses Responden

**Tabel 3.9**

#### **Media *Online* Diskominfo Kota Bandung yang Sering Diakses**

<b>NO</b>	<b>MEDIA ONLINE</b>	<b>JUMLAH</b>	<b>%</b>
1	Website	9	18%
2	Facebook	11	22%
3	Twitter	24	48%
4	Instagram	6	12%
	JUMLAH	50	100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Tabel di atas menerangkan karakteristik responden berdasarkan media *online* Diskominfo Kota Bandung yang sering diakses. Berdasarkan tabel di atas

diketahui bahwa dari 50 responden yang telah diteliti, sebagian besar responden media *online* Diskominfo Kota Bandung lebih sering mengakses twitter Diskominfo Kota Bandung. Hal ini dikarena twitter merupakan aplikasi yang ada pada internet yang masih bisa dikatakan baru di banding website dan facebook. Sehingga para pengguna facebook mulai meninggalkan atau sudah tidak aktif menggunakan akun facebooknya dan beralih ke akun twitter.

6. Responden mengakses media *online* dalam sehari

**Tabel 3.10**  
**Frekuensi responden mengakses media *online* dalam sehari**

NO	AKSES PERHARI	JUMLAH	%
1	>10 kali	9	18%
2	8-10 kali	12	24%
3	5-7 kali	9	18%
4	2-4 kali	11	22%
5	≤ 1 kali	9	18%
	JUMLAH	50	100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Tabel di atas menerangkan karakteristik responden berdasarkan frekuensi responden mengakses media *online* dalam sehari. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 50 responden yang telah diteliti, sebagian besar responden media *online* Diskominfo Kota Bandung lebih sering mengakses media *online* 8 (delapan) sampai dengan 10 kali dalam sehari. Hal ini dikarenakan banyaknya aplikasi dan informasi yang ada dan bisa di dapat di dalam media *online* sehingga memanjakan para penggunanya dalam mencari sebuah informasi.

7. Responden mengakses media *online* Diskominfo perminggunya

**Tabel 3.11**  
**Frekuensi responden mengakses atau menggunakan informasi baik melihat profil/timeline di media *online* Diskominfo Kota Bandung dalam seminggu**

NO	MENGAKSES PERMINGGU	JUMLAH	%
1	>10 kali dalam seminggu	6	12%
2	8-10 kali dalam seminggu	6	12%
3	5-7 kali dalam seminggu	8	16%
4	2-4 kali dalam seminggu	18	36%
5	1 kali dalam seminggu	12	24%
	JUMLAH	50	100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Tabel di atas menerangkan karakteristik responden berdasarkan Frekuensi responden mengakses atau menggunakan informasi baik melihat profil/*timeline* di media *online* Diskominfo Kota Bandung dalam seminggu. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 50 responden yang telah diteliti, sebagian responden media *online* Diskominfo Kota Bandung mengakses media *online* Diskominfo Kota Bandung 2 (dua) sampai 4 (empat) kali dalam seminggu.

8. Intensitas waktu yang digunakan oleh responden dalam mengakses media *online* Diskominfo

**Tabel 3.12**  
**Intensitas waktu setiap kali mengecek *timeline* sekaligus mengakses/menggunakan informasi di media *online* Diskominfo Kota Bandung**

NO	WAKTU	JUMLAH	%
1	>10 menit	3	6%
2	8-10 menit	6	12%
3	5-7 menit	11	22%
4	2-4 menit	19	38%
5	≤ 1 menit	11	22%
	JUMLAH	50	100%

*Sumber: Angket Penelitian*



Tabel di atas menerangkan karakteristik responden berdasarkan Intensitas waktu setiap kali mengecek *timeline* sekaligus mengakses/menggunakan informasi di media *online* Diskominfo Kota Bandung. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 50 responden yang telah diteliti, sebagian besar responden media *online* Diskominfo Kota Bandung mengecek *timeline* sekaligus mengakses informasi di media *online* Diskominfo Kota Bandung selama 2 (dua) sampai 4 (empat) menit.

### **3.4.2 Analisis Data Penelitian**

Penelitian tentang hubungan penggunaan media *online* Diskominfo Kota Bandung (studi korelasional pada masyarakat pengguna media *online* Diskominfo Kota Bandung) yaitu berupa penyebaran lembaran-lembaran pertanyaan yang diberikan kepada responden, adapun angket yang digunakan merupakan angket tertutup berstruktur dengan lima pilihan bentuk jawaban Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju yang diberi nilai Sangat Setuju=5, Setuju=4, Netral=3, Tidak Setuju=2, Sangat Tidak Setuju=1 yang terdiri dari 8 pertanyaan tentang responden (jenis kelamin, usia, pendidikan, profesi/pekerjaan, media *online* Diskominfo Kota Bandung yang sering diakses, mengakses media *online* perharinya, mengakses media *online* Diskominfo Kota Bandung perminggunya, dan intensitas waktu setiap kali mengakses media *online* Diskominfo Kota Bandung), serta 18 pernyataan penelitian.

#### **3.4.2.1 Analisis Variabel X Media Online**

Media *online* merupakan media baru yang memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, lebih cepat untuk

mendapatkan sebuah informasi terbaru. Sifat dari internet sebagai media komunikasi adalah transaksional, dalam artian terdapat interaksi antar individu secara intensif (terus-menerus) dan ada umpan balik (*feedback*) dari antar individu dalam setiap interaksi tersebut.

Media-media *online* Diskominfo Kota Bandung berperan sebagai media informasi dan komunikasi kegiatan dan aktivitas pemerintahan kota Bandung untuk masyarakat kota Bandung. Media-media *online* yang memiliki target khalayak khusus masyarakat kota Bandung dan memiliki konten khusus tentang informasi pemerintah kota Bandung terus berkembang. Media-media *online* yang dimiliki Diskominfo tersebut yakni dimulai dari website Diskominfo yaitu [bandung.go.id](http://bandung.go.id), selanjutnya akun facebook resmi Diskominfo yaitu Diskominfo Pemkotbdg, untuk akun twitter resmi Diskominfo sendiri yaitu Diskominfo bdg, dan akun instagramnya yaitu Diskominfo bdg

Kegiatan humas Diskominfo Kota Bandung melalui media *online*, bisa dilihat dari hasil analisis angket dibawah ini:

1. Menambah Pengetahuan

**Tabel 3.13**

**Pengguna media *online* diskominfo Kota Bandung dapat menambah pengetahuan mengenai profil pemerintah Kota Bandung**

NO	Alternative jawaban	F	X	Persentase
1	Sangat Setuju	11	5	22 %
2	Setuju	34	4	68 %
3	Netral	5	3	10%
4	Tidak Setuju	0	2	0 %
5	Sangat Tidak Setuju	0	1	0 %
	JUMLAH	50		100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Tabel di atas menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan “Pengguna media *online* diskominfo Kota Bandung dapat menambah pengetahuan mengenai profil pemerintah Kota Bandung”. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 50 responden yang telah diteliti, sebagian besar responden menyatakan setuju dengan cara mengakses media *online* Diskominfo Kota Bandung para pengguna dapat menambah pengetahuan mengenai profil pemerintah Kota Bandung. Menurut Sutanta (2003:11) Adanya informasi akan menambah pengetahuan bagi penerima yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan yang mendukung proses pengambilan keputusan. Hal ini sejalan dengan yang dilakukan oleh humas Diskominfo Kota Bandung dalam mengelola media *online* dikarenakan media *online* Diskominfo Kota Bandung memposting mengenai profil Pemerintah Kota Bandung, seperti dimuatnya struktur organisasi, visi misi pemerintah kota bandung, dan lain sebagainya.

**Tabel 3.14**  
**Pengguna media *online* diskominfo Kota Bandung dapat menambah pengetahuan mengenai kebijakan pemerintah Kota Bandung**

NO	Alternative jawaban	F	X	Persentase
1	Sangat Setuju	8	5	16 %
2	Setuju	36	4	72 %
3	Netral	5	3	10%
4	Tidak Setuju	1	2	2 %
5	Sangat Tidak Setuju	0	1	0 %
	JUMLAH	50		100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Tabel di atas menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan “Pengguna media *online* diskominfo Kota Bandung dapat menambah pengetahuan mengenai kebijakan pemerintah Kota Bandung”. Berdasarkan tabel di atas

diketahui bahwa dari 50 responden yang telah diteliti, sebagian besar responden menyatakan setuju dengan cara mengakses media *online* Diskominfo Kota Bandung para pengguna dapat menambah pengetahuan mengenai kebijakan pemerintah Kota Bandung. Menurut Sutanta (2003:11) Adanya informasi akan menambah pengetahuan bagi penerima yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan yang mendukung proses pengambilan keputusan. Hal ini sejalan dengan yang dilakukan oleh humas Diskominfo Kota Bandung dalam mengelola media *online* dikarenakan media *online* Diskominfo Kota Bandung memposting mengenai kebijakan Pemerintah Kota Bandung, seperti membuang sampah sembarangan akan didenda/biaya paksa RP. 250.000, berdagang ditempat terlarang didenda/biaya paksa RP.1.000.000, dan lain sebagainya.

**Tabel 3.15**  
**Pengguna media *online* diskominfo Kota Bandung dapat menambah pengetahuan mengenai kegiatan pemerintah Kota Bandung**

NO	Alternative jawaban	F	X	Persentase
1	Sangat Setuju	12	5	24 %
2	Setuju	33	4	66 %
3	Netral	3	3	6%
4	Tidak Setuju	2	2	4 %
5	Sangat Tidak Setuju	0	1	0 %
	JUMLAH	50		100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Tabel di atas menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan “Pengguna media *online* diskominfo Kota Bandung dapat menambah pengetahuan mengenai kegiatan pemerintah Kota Bandung”. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 50 responden yang telah diteliti, sebagian besar responden menyatakan setuju dengan cara mengakses media *online* Diskominfo Kota

Bandung para pengguna dapat menambah pengetahuan mengenai kegiatan pemerintah Kota Bandung. Menurut Sutanta (2003:11) Adanya informasi akan menambah pengetahuan bagi penerima yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan yang mendukung proses pengambilan keputusan. Hal ini sejalan dengan yang dilakukan oleh humas Diskominfo Kota Bandung dalam mengelola media *online* dikarenakan media *online* Diskominfo Kota Bandung memposting mengenai kegiatan Pemerintah Kota Bandung, seperti kegiatan Walikota Bandung, kelurahan/kecamatan/daerah yang berada di wilayah kota bandung, dan lain sebagainya.

## 2. Mengurangi Ketidakpastian Informasi

**Tabel 3.16**  
**Pengguna media *online* diskominfo Kota Bandung dapat mengurangi ketidakpastian dalam mendapatkan informasi mengenai profil pemerintah Kota Bandung**

NO	Alternative jawaban	F	X	Persentase
1	Sangat Setuju	6	5	12 %
2	Setuju	27	4	54 %
3	Netral	12	3	24%
4	Tidak Setuju	4	2	8 %
5	Sangat Tidak Setuju	1	1	2 %
	JUMLAH	50		100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Tabel di atas menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan “Pengguna media *online* diskominfo Kota Bandung dapat mengurangi ketidakpastian dalam mendapatkan informasi mengenai profil pemerintah Kota Bandung”. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 50 responden yang telah diteliti, besar responden menyatakan setuju dengan cara mengakses media *online* Diskominfo Kota Bandung para pengguna dapat mengurangi

ketidakpastian informasi mengenai profil pemerintah Kota Bandung. Menurut Sutanta (2003:11) Informasi akan mengurangi ketidakpastian karena apa yang akan terjadi dapat diketahui sebelumnya, sehingga kemungkinan menghindari keraguan pada saat pengambilan keputusan. Dengan media *online* Diskominfo Kota Bandung pengguna bisa mencari informasi mengenai profil pemerintah Kota Bandung.

**Tabel 3.17**  
**Pengguna media *online* diskominfo Kota Bandung dapat mengurangi ketidakpastian dalam mendapatkan informasi mengenai kebijakan pemerintah Kota Bandung**

NO	Alternative jawaban	F	X	Persentase
1	Sangat Setuju	11	5	22 %
2	Setuju	27	4	54 %
3	Netral	9	3	18%
4	Tidak Setuju	3	2	6 %
5	Sangat Tidak Setuju	0	1	0 %
	JUMLAH	50		100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Tabel di atas menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan “Pengguna media *online* diskominfo Kota Bandung dapat mengurangi ketidakpastian dalam mendapatkan informasi mengenai kebijakan pemerintah Kota Bandung”. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 50 responden yang telah diteliti, sebagian besar responden menyatakan setuju dengan cara mengakses media *online* Diskominfo Kota Bandung para pengguna dapat mengurangi ketidakpastian informasi mengenai kebijakan pemerintah Kota Bandung. Menurut Sutanta, informasi akan mengurangi ketidakpastian karena apa yang akan terjadi dapat diketahui sebelumnya, sehingga kemungkinan menghindari keraguan pada saat pengambilan keputusan (Sutanta,2003:11). Hal

ini karena data yang di *posting* pada media *online* Diskominfo Kota Bandung dilakukan sesuai fakta yang ada sehingga bagi pengguna media *online* yang membaca media *online* Diskominfo mendapatkan informasi yang sesuai sehingga kemungkinan menghindari keraguan.

**Tabel 3.18**  
**Pengguna media *online* diskominfo Kota Bandung dapat mengurangi ketidakpastian dalam mendapatkan informasi mengenai kegiatan pemerintah Kota Bandung**

NO	Alternative jawaban	F	X	Persentase
1	Sangat Setuju	5	5	10 %
2	Setuju	30	4	60 %
3	Netral	10	3	20%
4	Tidak Setuju	3	2	6 %
5	Sangat Tidak Setuju	2	1	4 %
	JUMLAH	50		100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Tabel di atas menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan “Pengguna media *online* diskominfo Kota Bandung dapat mengurangi ketidakpastian dalam mendapatkan informasi mengenai kegiatan pemerintah Kota Bandung”. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 50 responden yang telah diteliti, sebagian besar responden sebanyak 30 orang dengan persentase 60% menyatakan setuju dengan cara mengakses media *online* Diskominfo Kota Bandung para pengguna dapat mengurangi ketidakpastian informasi mengenai kegiatan pemerintah Kota Bandung. Menurut Sutanta, informasi akan mengurangi ketidakpastian karena apa yang akan terjadi dapat diketahui sebelumnya, sehingga kemungkinan menghindari keraguan pada saat pengambilan keputusan (Sutanta,2003:11). Hal ini karena data mengenai kegiatan pemerintah Kota Bandung. diberikan media *online* Diskominfo Kota Bandung mengenai kegiatan

pemerintah Kota Bandung berhasil menghilangkan keraguan pengguna media *online* karena berdasarkan fakta dari Dinas yang berada dibawah naungan Pemerintah Kota Bandung, sehingga bagi pengguna media *online* yang membaca media *online* Diskominfo mendapatkan informasi yang jelas mengenai kegiatan pemerintah Kota Bandung sehingga kemungkinan menghindari keraguan.

### 3. Mengurangi resiko kegagalan

**Tabel 3.19**  
**Pengguna media *online* diskominfo Kota Bandung dapat mengurangi resiko kegagalan dalam mendapatkan informasi mengenai profil pemerintah Kota Bandung**

NO	Alternative jawaban	F	X	Persentase
1	Sangat Setuju	6	5	12 %
2	Setuju	23	4	46 %
3	Netral	19	3	38%
4	Tidak Setuju	2	2	4 %
5	Sangat Tidak Setuju	0	1	0 %
	JUMLAH	50		100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Berdasarkan tabel di atas menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan “Pengguna media *online* diskominfo Kota Bandung dapat mengurangi resiko kegagalan dalam mendapatkan informasi mengenai profil pemerintah Kota Bandung”. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 50 responden sebagian besar responden menyatakan setuju dengan cara mengakses media *online* Diskominfo Kota Bandung para pengguna dapat mengurangi resiko kegagalan dalam mendapatkan informasi mengenai profil pemerintah Kota Bandung. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Sutanta, adanya informasi akan resiko kegagalan karena apa yang akan terjadi dapat diantisipasi dengan baik, sehingga kemungkinan terjadinya kegagalan akan dapat dikurangi dengan pengambilan



keputusan yang tepat (Sutanta,2003:11). Hal ini karena informasi mengenai profil pemerintah Kota Bandung tidak sulit didapatkan oleh pengguna karena telah dimuat di media *online* Diskominfo Kota Bandung.

**Tabel 3.20**  
**Pengguna media *online* diskominfo Kota Bandung dapat mengurangi resiko kegagalan dalam mendapatkan informasi mengenai kebijakan pemerintah Kota Bandung**

NO	Alternative jawaban	F	X	Persentase
1	Sangat Setuju	7	5	14 %
2	Setuju	28	4	56 %
3	Netral	14	3	28%
4	Tidak Setuju	1	2	2 %
5	Sangat Tidak Setuju	0	1	0 %
	JUMLAH	50		100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Berdasarkan tabel di atas menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan “Pengguna media *online* diskominfo Kota Bandung dapat mengurangi resiko kegagalan dalam mendapatkan informasi mengenai kebijakan pemerintah Kota Bandung”. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 50 responden sebagian besar responden menyatakan setuju dengan cara mengakses media *online* Diskominfo Kota Bandung pengguna media *online* diskominfo Kota Bandung dapat mengurangi resiko kegagalan dalam mendapatkan informasi mengenai kebijakan pemerintah Kota Bandung. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Sutanta, adanya informasi akan resiko kegagalan karena apa yang akan terjadi dapat diantisipasi dengan baik, sehingga kemungkinan terjadinya kegagalan akan dapat dikurangi dengan pengambilan keputusan yang tepat (Sutanta,2003:11). Hal ini karena informasi mengenai kebijakan pemerintah Kota

Bandung tidak sulit didapatkan oleh pengguna karena telah dimuat di media *online* Diskominfo Kota Bandung.

**Tabel 3.21**  
**Pengguna media *online* diskominfo Kota Bandung dapat mengurangi resiko kegagalan dalam mendapatkan informasi mengenai kegiatan pemerintah Kota Bandung**

NO	Alternative jawaban	F	X	Persentase
1	Sangat Setuju	10	5	20%
2	Setuju	21	4	42 %
3	Netral	16	3	32%
4	Tidak Setuju	2	2	4 %
5	Sangat Tidak Setuju	1	1	2 %
	JUMLAH	50		100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Berdasarkan tabel di atas menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan “Pengguna media *online* diskominfo Kota Bandung dapat mengurangi resiko kegagalan dalam mendapatkan informasi mengenai kegiatan pemerintah Kota Bandung”. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 50 responden sebagian besar responden menyatakan setuju dengan cara mengakses media *online* Diskominfo Kota Bandung pengguna media *online* diskominfo Kota Bandung dapat mengurangi resiko kegagalan dalam mendapatkan informasi mengenai kegiatan pemerintah Kota Bandung. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Sutanta, adanya informasi akan resiko kegagalan karena apa yang akan terjadi dapat diantisipasi dengan baik, sehingga kemungkinan terjadinya kegagalan akan dapat dikurangi dengan pengambilan keputusan yang tepat (Sutanta,2003:11). Hal ini karena informasi mengenai kegiatan pemerintah Kota Bandung tidak sulit didapatkan oleh pengguna karena telah dimuat di media *online* Diskominfo Kota

Bandung sehingga kemungkinan terjadinya kegagalan dalam mencari informasi dapat dikurangi.

### **3.4.2.2 Analisis Variabel Y Sikap Masyarakat Pengguna Media *Online***

#### **Diskominfo Kota Bandung**

Sikap dapat diartikan sebagai sebuah penilaian terhadap suatu objek yang terdapat dalam kehidupan kita, termasuk diri kita sendiri. Sikap diperoleh melalui pembelajaran sosial, perolehan informasi serta perilaku dan sikap melalui orang lain. Sikap merupakan sebuah konsep yang melekat erat dalam diri manusia. Sikap menjadi hal yang mendasar dalam perbuatan manusia sehari-hari. Sikap akan terlihat jika sudah dihubungkan dengan perilaku dan perbuatan. Hal ini berdasarkan atas fakta yang terjadi. Semakin sikap seseorang dibentuk kearah positif, tidak sedikit pula yang menghasilkan hal yang positif. Media *online* Diskominfo Kota Bandung juga digunakan untuk membentuk sikap positif masyarakat agar dapat membantu mencapai tujuan suatu perusahaan/intansi. Pembentukan sikap positif untuk suatu perusahaan atau instansi adalah hal yang penting, karena dapat memberikan persepsi kepada masyarakat atau publik. Pemahaman dari suatu informasi yang kurang atau tidak lengkap akan menciptakan sikap positif yang tidak sempurna yang dirasakan publik.

Realitas sikap masyarakat pengguna media *online* Diskominfo Kota Bandung dapat dilihat dari hasil analisis angket dibawah ini:

## 1. Kejelasan informasi

**Tabel 3.22**  
**Informasi yang disajikan media *online* diskominfo Kota Bandung sangat jelas**

NO	Alternative jawaban	F	X	Persentase
1	Sangat Setuju	11	5	22 %
2	Setuju	17	4	34 %
3	Netral	19	3	38%
4	Tidak Setuju	3	2	6 %
5	Sangat Tidak Setuju	0	1	0 %
	JUMLAH	50		100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Tabel di atas menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan “Informasi yang disajikan media *online* diskominfo Kota Bandung sangat jelas”. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 50 responden yang telah diteliti, sebagian besar responden menyatakan netral mengenai penyajian informasi yang dilakukan oleh Diskominfo melalui media *onlinenya* jelas dan mudah di mengerti. Menurut Sutabri, informasi yang jelas akan meningkatkan kesempurnaan nilai informasi, kejelasan informasi dipengaruhi oleh bentuk dan format informasi (Sutabri,2005:31). Hal ini sejalan dengan konten dari media *online* Dikominfo yang memiliki informasi yang lengkap, jelas dan tidak berbelit-belit.

**Tabel 3.23**  
**Bahasa yang digunakan media *online* diskominfo Kota Bandung mudah di mengerti**

NO	Alternative jawaban	F	X	Persentase
1	Sangat Setuju	11	5	22 %
2	Setuju	21	4	42 %
3	Netral	15	3	30%
4	Tidak Setuju	3	2	6 %
5	Sangat Tidak Setuju	0	1	0 %
	JUMLAH	50		100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Tabel di atas menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan “bahasa yang digunakan media *online* diskominfo Kota Bandung mudah di mengerti”. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 50 responden yang telah diteliti, sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa bahasa yang digunakan oleh Diskominfo melalui media *onlinenya* mudah di mengerti.

Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Sulisty-Basuki, bahwa untuk menilai parameter sebuah informasi yaitu dilihat dari bagaimana pengemasan bahasa, simbol, abjad, kode dan sintaks yang mengungkapkan suatu gagasan atau ide (Hasugian,2009:93). Dalam penyajian informasi yang disampaikan oleh Diskominfo Kota Bandung dengan menggunakan bahasa yang ringan dan tidak menggunakan istilah ilmiah yang sukar dipahami, sehingga hal ini dapat menimbulkan pemahaman yang positif bagi para penggunanya.

**Tabel 3.24**  
**Informasi yang disajikan media *online* diskominfo Kota Bandung disampaikan secara sistematis**

NO	Alternative jawaban	F	X	Persentase
1	Sangat Setuju	8	5	16 %
2	Setuju	18	4	36 %
3	Netral	23	3	46%
4	Tidak Setuju	0	2	0 %
5	Sangat Tidak Setuju	1	1	2 %
	JUMLAH	50		100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Tabel di atas menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan “Informasi yang disajikan media *online* diskominfo Kota Bandung sangat jelas”. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 50 responden yang telah diteliti sebagian besar responden menyatakan netral mengenai penyajian informasi yang dilakukan oleh Diskominfo melalui media *onlinenya* secara sistematis.

Menurut Sulisty-Basuki, informasi memiliki beberapa parameter salah satunya yaitu : Struktur atau format ataupun tata susunan informasi serta hubungan logisnya dengan pernyataan atau unsur yang dapat dijadikan parameter dalam menilai informasi (Hasugian, 2009:93). Hal ini dikarenakan postingan yang dilakukan Diskominfo Kota Bandung hanya sesuai dengan apa yang sedang dan akan dilaksanakan.

## 2. Relevansi Informasi

**Tabel 3.25**  
**Informasi yang disampaikan media *online* diskominfo Kota Bandung sesuai dengan pelaksanaan kegiatan**

NO	Alternative jawaban	F	X	Persentase
1	Sangat Setuju	7	5	14 %
2	Setuju	25	4	50 %
3	Netral	17	3	34%
4	Tidak Setuju	1	2	2 %
5	Sangat Tidak Setuju	0	1	0 %
	JUMLAH	50		100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Tabel di atas menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan “Informasi yang disampaikan media *online* diskominfo Kota Bandung sesuai dengan pelaksanaan kegiatan”. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 50 responden yang telah diteliti sebagian besar responden menyatakan setuju mengenai penyampaian informasi yang dilakukan oleh Diskominfo melalui media *onlinenya* sesuai dengan pelaksanaan kegiatan.

Menurut tata Sutabri, Data merupakan kenyataan yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian dan kesatuan nyata (Sutabri Tata 2012:1). Kejadian-kejadian adalah sesuatu yang terjadi pada saat tertentu Hal ini menunjukkan

bahwa setiap postingan yang dilakukan Diskominfo Kota Bandung selalu disertai dengan foto kegiatan.

**Tabel 3.26**  
**Informasi yang disampaikan media *online* diskominfo Kota Bandung dapat menciptakan kepercayaan dari para pengguna**

NO	Alternative jawaban	F	X	Persentase
1	Sangat Setuju	5	5	10 %
2	Setuju	25	4	50 %
3	Netral	17	3	34%
4	Tidak Setuju	2	2	4 %
5	Sangat Tidak Setuju	1	1	2 %
	JUMLAH	50		100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Tabel di atas menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan “Informasi yang disampaikan media *online* diskominfo Kota Bandung dapat menciptakan kepercayaan dari para pengguna”. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 50 responden yang telah diteliti sebagian besar responden menyatakan setuju mengenai penyajian informasi yang dilakukan oleh Diskominfo melalui media *onlinenya* dapat menciptakan kepercayaan dari para penggunanya.

Menurut Frans Mardi Hartanto, keterbatasan informasi tentang sesuatu hal biasanya akan menghasilkan kepercayaan atau ketidakpercayaan yang cenderung rendah. sebaliknya informasi yang lengkap dapat menguatkan kepercayaan atau ketidakpercayaan (Hartanto, 2009: 237). Hal ini sejalan dengan yang yang dilakukan oleh Diskominfo dalam mengelola media *onlinenya* yang secara intens memberikan informasi kepada publik dan dipostingkan oleh yang berwenang dan memiliki kredibilitas.

**Tabel 3.27**  
**Informasi yang disampaikan media *online* Diskominfo Kota Bandung dapat meningkatkan kepercayaan dari para pengguna**

NO	Alternative jawaban	F	X	Persentase
1	Sangat Setuju	2	5	4 %
2	Setuju	24	4	48 %
3	Netral	20	3	40%
4	Tidak Setuju	4	2	8 %
5	Sangat Tidak Setuju	0	1	0 %
	JUMLAH	50		100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Tabel di atas menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan “Informasi yang disampaikan media *online* diskominfo Kota Bandung dapat meningkatkan kepercayaan dari para pengguna”. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 50 responden yang telah diteliti sebagian besar responden menyatakan setuju mengenai penyajian informasi yang dilakukan oleh Diskominfo melalui media *onlinenya* dapat meningkatkan kepercayaan yang telah dimiliki para penggunanya. Hal ini dikarenakan informasi yang telah pengguna media *online* dapatkan dari berbagai sumber mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pemerintah Kota Bandung dapat meningkatkan kepercayaan setelah membuka media *online* yang resmi di kelola oleh bagian humas Diskominfo Kota Bandung.

### 3. Keakuratan Informasi

**Tabel 3.28**  
**Informasi yang disampaikan media *online* diskominfo Kota Bandung mengenai pemerintah kota Bandung sangat akurat**

NO	Alternative jawaban	F	X	Persentase
1	Sangat Setuju	7	5	14 %
2	Setuju	17	4	34 %



3	Netral	25	3	50%
4	Tidak Setuju	1	2	2 %
5	Sangat Tidak Setuju	0	1	0 %
	JUMLAH	50		100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Tabel di atas menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan “Informasi yang disampaikan media *online* diskominfo Kota Bandung mengenai pemerintah Kota Bandung sangat akurat”. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 50 responden yang telah diteliti sebagian besar responden menyatakan netral mengenai penyampaian informasi yang dilakukan oleh Diskominfo melalui media *onlinenya* disampaikan secara akurat.

Menurut Agus Mulyanto, kualitas informasi sangat dipengaruhi atau ditentukan oleh tiga hal pokok, salah satunya akurasi informasi karena sebuah informasi harus akurat karena dari sumber informasi hingga penerima informasi kemungkinan banyak terjadi gangguan yang dapat mengubah atau merusak informasi tersebut. Informasi dikatakan akurat apabila informasi tersebut tidak bias atau menyesatkan, bebas dari kesalahan-kesalahan dan harus jelas mencerminkan maksudnya. (Mulyanto, 2009 : 247). Ketidakakuratan sebuah informasi dapat terjadi karena sumber informasi (data) mengalami gangguan. hal ini dapat dijadikan evaluasi bagi humas Diskominfo dalam mengelola media *onlinenya*.

**Tabel 3.29**  
**Informasi yang diberikan media *online* diskominfo Kota Bandung mengenai pemerintah Kota Bandung dapat dipercaya**

NO	Alternative jawaban	F	X	Persentase
1	Sangat Setuju	4	5	8 %
2	Setuju	28	4	56 %
3	Netral	18	3	36%

4	Tidak Setuju	0	2	0 %
5	Sangat Tidak Setuju	0	1	0 %
	JUMLAH	50		100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Tabel di atas menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan “Informasi yang disampaikan media *online* diskominfo Kota Bandung mengenai pemerintah Kota Bandung dapat dipercaya”. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 50 responden yang telah diteliti sebagian besar responden menyatakan setuju mengenai penyampaian informasi yang dilakukan oleh Diskominfo melalui media *onlinenya* dapat dipercaya. Fakta atau peristiwa disajikan dalam suatu berita merupakan hasil dari konstruksi. Realitas tercipta lewat konstruksi sudut pandang tertentu dari media (Eriyanto,2002:19). Hal ini dikarenakan setiap postingan yang disampaikan selalu disertakan dengan foto kegiatan dan sesuai fakta dan dikelola oleh pihak yang berwenang yaitu bagian informasi teknologi atau bagian humas Diskominfo Kota Bandung.

**Tabel 3.30**  
**Informasi yang disampaikan media *online* diskominfo Kota Bandung dapat menimbulkan kesan yang positif bagi para pengguna**

NO	Alternative jawaban	F	X	Persentase
1	Sangat Setuju	7	5	14 %
2	Setuju	30	4	60 %
3	Netral	11	3	22%
4	Tidak Setuju	2	2	4 %
5	Sangat Tidak Setuju	0	1	0 %
	JUMLAH	50		100%

*Sumber: Angket Penelitian*

Tabel di atas menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan “Informasi yang disampaikan media *online* diskominfo Kota Bandung dapat menimbulkan kesan yang positif bagi para pengguna”. Berdasarkan tabel di atas

diketahui bahwa dari 50 responden yang telah diteliti sebagian besar responden menyatakan setuju mengenai penyampaian informasi yang dilakukan oleh Diskominfo melalui media *onlinenya* dapat menimbulkan kesan yang positif bagi para pengguna. Kontruksi media massa terjadi di ke dalam dua kategorisasi, yang pertama membangun kontruksi sosial dan kedua membangun citra media (Bungin,2008:7). Hal ini dikarenakan media *online* Diskominfo selalu memposting kegiatan dari kelurahan-kelurahan Kota Bandung, sehingga warga Kota Bandung merasa diakui keberadaannya dan informasi yang diberikan dimuat secara rapih, jelas, dan mudah dimengerti oleh pengguna.

### 3.5 Hasil Penelitian

#### 3.5.1 Perolehan Nilai Variabel X (penggunaan media *Online* Diskominfo Kota Bandung )

Berdasarkan data mentah untuk variabel X yang terdiri dari 50 Responden, dengan jumlah pertanyaan sebanyak 9 butir instrument dengan pilihan jawaban skala 5 maka dapat diketahui presentase skor dari masing-masing dimensi:

**Tabel 3.31 Presentase Skor Per Dimensi Variabel X**

No	Dimensi	$\sum$ Skor	% Skor
1	Menambah Pengetahuan	612	81.6
2	Mengurangi Ketidakpastian Informasi	562	74.93
3	Mengurangi Resiko Kegagalan	561	74.8
Jumlah		1.735	77.11

Sumber: Lampiran Data Hasil Kuesioner Variabel X

Dari hasil pengumpulan data tersebut diketahui bahwa rata-rata perolehan skor pada hasil sebaran angket ialah 77.11% dimana perolehan skor tertinggi 81.6% terdapat pada dimensi “Menambah Pengetahuan” dan skor paling rendah

74.8% terdapat pada dimensi “Mengurangi Resiko Kegagalan”. Berdasarkan data tersebut dapat diinterpretasikan bahwa penggunaan media *online* Diskominfo Kota Bandung dapat menambah pengetahuan mengenai profil, kebijakan, dan kegiatan pemerintah kota bandung. Penggunaan media *online* Diskominfo Kota Bandung juga dapat mengurangi ketidakpastian informasi dalam mendapatkan informasi mengenai profil, kebijakan, dan kegiatan Pemerintah Kota Bandung. Selain itu penggunaan media *online* Diskominfo Kota Bandung dapat mengurangi resiko kegagalan dalam mendapatkan informasi mengenai profil, kebijakan, dan kegiatan Pemerintah Kota Bandung. Mengenai penilaian skala penilaian persentase skor dapat dilihat pada table berikut:

Table 3.32 Kategori Interpretasi Skor

Interval	Kategori
81% - 100%	Sangat Baik
61% - 80%	Baik
41% - 60%	Cukup
21% - 40%	Rendah
0% - 20%	Sangat Rendah

Sumber: Riduwan (2008:20)

Berdasarkan data tersebut dapat diinterpretasikan bahwa penggunaan media *online* Diskominfo Kota Bandung berada dalam kategori baik. Pada dasarnya penggunaan media *online* Diskominfo Kota Bandung tidak terlepas dari bagaimana pengelolaan media *online* itu sendiri, mulai dari pengolahan pesan yang dikemas semenarik mungkin sehingga masyarakat yang mengaksespun tertarik untuk membacanya. Gaya bahasa yang digunakannyapun menggunakan bahasa yang sederhana, sehingga masyarakat yang mengaksespun lebih mudah memahami dari isi informasi tersebut. Penggunaan media *online* Diskominfo

sendiri sangat intens dalam hal meng-*update* informasi untuk memperbaharui informasi terkini mengenai Pemerintahan Kota Bandung.

### 3.5.2 Perolehan Nilai Variabel Y (sikap masyarakat Kota Bandung tentang penggunaan media *online* Diskominfo Kota Bandung)

Berdasarkan data mentah untuk variabel Y yang terdiri dari 50 Responden, dengan jumlah pertanyaan sebanyak 9 butir instrument dengan pilihan jawaban skala 5 maka dapat diketahui presentase skor dari masing-masing dimensi:

**Tabel 3.33 Presentase Skor Per Dimensi Variabel Y**

No	Dimensi	$\Sigma$ Skor	% Skor
1	Kejelasan Informasi	558	74.4
2	Relevansi Informasi	543	72.4
3	Keakuratan Informasi	558	74.4
Jumlah		1.659	73.73

Sumber: Lampiran Data Hasil Kuesioner Variabel Y

Dari hasil pengumpulan data tersebut diketahui bahwa rata-rata perolehan skor pada hasil sebaran angket ialah 73.73% dimana perolehan skor tertinggi 74.4% terdapat pada dimensi “Kejelasan Informasi dan Keakuratan Informasi” dan skor paling rendah 72.4% terdapat pada dimensi “Relevansi Informasi”. Berdasarkan data tersebut dapat diinterpretasikan informasi yang disampaikan melalui media *online* Diskominfo Kota Bandung dapat menimbulkan kesan yang positif bagi para penggunanya serta dapat menimbulkan kepercayaan akan informasi yang disampaikan karena media *online* ini merupakan akun resmi dari

Pemerintah Kota Bandung dan dikelola oleh pihak yang dipercaya. Mengenai penilaian skala penilaian persentase skor dapat dilihat pada table berikut:

Table 3.34 Kategori Interpretasi Skor

Interval	Kategori
81% - 100%	Sangat Baik
61% - 80%	Baik
41% - 60%	Cukup
21% - 40%	Rendah
0% - 20%	Sangat Rendah

Sumber: Riduwan (2008:20)

Berdasarkan data tersebut dapat diinterpretasikan bahwa penggunaan media *online* Diskominfo Kota Bandung berada dalam kategori baik. Pada dasarnya perolehan skor terendah pada dimensi relevansi informasi pun masih berada dalam kategori baik jika merujuk pada table kategori interpretasi skor. Secara keseluruhan dengan nilai rata-rata 73.73% menunjukkan bahwa sikap masyarakat Kota Bandung dengan adanya penggunaan media *online* Diskominfo Kota Bandung termasuk dalam kategori baik.

### 3.5.3 Perolehan Nilai Variabel X = Y (Penggunaan Media *Online* Diskominfo Kota Bandung Dengan Sikap Masyarakat Kota Bandung)

Hipotesis:

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat hubungan penggunaan media *online* Diskominfo Kota Bandung dengan Sikap Masyarakat Kota Bandung

H<sub>1</sub> : Terdapat hubungan penggunaan media *online* Diskominfo Kota Bandung dengan Sikap Masyarakat Kota Bandung

**Tabel 3.35**  
**Uji Korelasi**

		Correlations	
		media online	Sikap
media online	Pearson Correlation	1	.539**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	50	50
Sikap	Pearson Correlation	.539**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	50	50

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

Sig. (2-tailed) = 0,000

$r = 0.539$

Taraf signifikan  $\alpha = 0,05$

Kriteria Hipotesis :

$P_v > \alpha = H_0$  diterima

$P_v < \alpha = H_0$  ditolak

Hasil perhitungan SPSS pada tabel di atas menunjukkan  $P_v$  Sig.(2-tailed) sebesar 0,000. Jika dibandingkan dengan taraf signifikan 5% maka  $P_v$  ini bernilai lebih kecil  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak. Dengan demikian, disimpulkan bahwa:

Terdapat hubungan penggunaan media *online* Diskominfo Kota Bandung dengan Sikap Masyarakat Kota Bandung.

**Tabel 3.36**  
**Tabel Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
<b>0,40-0,599</b>	<b>Sedang</b>
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Dari hasil SPSS pada tabel di atas terlihat bahwa  $r = 0,539$ , dapat disimpulkan bahwa penggunaan media *online* Diskominfo Kota Bandung dengan Sikap Masyarakat Kota Bandung memiliki hubungan yang sedang, karena posisi angka 0,539 dari hasil SPSS diatas berada diantara interval 0,40-599.

### 3.5.3.1 Uji Korelasi Menambah Pengetahuan Dengan Sikap Masyarakat Pengguna Media *Online* Diskominfo Kota Bandung

Hipotesis:

$H_0$  : Tidak terdapat hubungan menambah pengetahuan dengan sikap masyarakat pengguna media *online* Diskominfo Kota Bandung

$H_1$  : Terdapat hubungan menambah pengetahuan dengan sikap masyarakat pengguna media *online* Diskominfo Kota Bandung

**Tabel 3.37**  
**Uji Korelasi**

		<b>Correlations</b>	
		x1	Y
x1	Pearson Correlation	1	.701**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	50	50
Y	Pearson Correlation	.701**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	





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

Sig. (2-tailed) = 0,000

$r = 0.701$

Taraf signifikan  $\alpha = 0,05$

Kriteria Hipotesis :

$P_v > \alpha = H_0$  diterima

$P_v < \alpha = H_0$  ditolak

Hasil perhitungan SPSS pada tabel di atas menunjukkan  $P_v$  Sig.(2-tailed) sebesar 0,000. Jika dibandingkan dengan taraf signifikan 5% maka  $P_v$  ini bernilai lebih kecil  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak. Dengan demikian, disimpulkan bahwa:

Terdapat hubungan antara menambah pengetahuan dengan sikap masyarakat pengguna media *online* Diskominfo Kota Bandung.

**Tabel 3.38**  
**Tabel Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
<b>0,60-0,799</b>	<b>Kuat</b>
0,80-1,000	Sangat Kuat

Dari hasil SPSS pada tabel di atas terlihat bahwa  $r = 0,701$ , dapat disimpulkan bahwa menambah pengetahuan dengan sikap masyarakat pengguna media *online* Diskominfo Kota Bandung memiliki hubungan yang kuat, karena posisi angka 0,701 dari hasil SPSS diatas berada diantara interval 0,60-0,799.

### 3.5.3.2 Uji Korelasi Mengurangi Ketidakpastian Informasi Dengan Sikap Masyarakat Pengguna Media *Online* Diskominfo Kota Bandung.

Hipotesis:

$H_0$  : Tidak terdapat hubungan mengurangi ketidakpastian informasi dengan sikap masyarakat pengguna media *online* diskominfo kota bandung

$H_1$  : Terdapat hubungan mengurangi ketidakpastian informasi dengan sikap masyarakat pengguna media *online* diskominfo kota bandung

**Tabel 3.39**  
**Uji Korelasi**

		Correlations	
		ketidakpastian	sikapmasyarakat
Ketidakpastian	Pearson Correlation	1	.269
	Sig. (2-tailed)		.059
	N	50	50
sikapmasyarakat	Pearson Correlation	.269	1
	Sig. (2-tailed)	.059	
	N	50	50

Sig. (2-tailed) = 0,059

$r = 0.269$

Taraf signifikan  $\alpha = 0,05$

Kriteria Hipotesis :

$P_v > \alpha = H_0$  diterima

$P_v < \alpha = H_0$  ditolak

Hasil perhitungan SPSS pada tabel di atas menunjukkan  $P_v$  Sig.(2-tailed) sebesar 0,059. Jika dibandingkan dengan taraf signifikan 5% maka  $P_v$  ini bernilai

lebih kecil  $0,059 > 0,05$  sehingga  $H_0$  diterima. Dengan demikian, disimpulkan bahwa:

Tidak terdapat hubungan antara mengurangi ketidakpastian informasi dengan sikap masyarakat pengguna media *online* diskominfo kota bandung.

**Tabel 3.40**  
**Tabel Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
<b>0,20-0,399</b>	<b>Rendah</b>
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Dari hasil SPSS pada tabel di atas terlihat bahwa  $r = 0,269$ , dapat disimpulkan bahwa mengurangi ketidakpastian informasi dengan sikap masyarakat pengguna media *online* diskominfo kota bandung memiliki hubungan yang rendah, karena posisi angka 0,269 dari hasil SPSS diatas berada diantara interval 0,20-0,399.

### 3.5.3.3 Uji Korelasi mengurangi resiko kegagalan dengan sikap masyarakat pengguna media *online* diskominfo kota bandung

Hipotesis:

$H_0$  : Tidak terdapat hubungan mengurangi resiko kegagalan dengan sikap masyarakat pengguna media *online* diskominfo kota bandung

$H_1$  : Terdapat hubungan mengurangi resiko kegagalan dengan sikap masyarakat pengguna media *online* diskominfo kota bandung

**Tabel 3.41**  
**Uji Korelasi**

		resikokegagalan	Sikap
Resikokegagalan	Pearson Correlation	1	.451**
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	50	50
Sikap	Pearson Correlation	.451**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	50	50

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

Sig. (2-tailed) = 0,001

$r = 0.451$

Taraf signifikan  $\alpha = 0,05$

Kriteria Hipotesis :

$P_v > \alpha = H_0$  diterima

$P_v < \alpha = H_0$  ditolak

Hasil perhitungan SPSS pada tabel di atas menunjukkan  $P_v$  Sig.(2-tailed) sebesar 0,001. Jika dibandingkan dengan taraf signifikan 5% maka  $P_v$  ini bernilai lebih kecil  $0,001 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak. Dengan demikian, disimpulkan bahwa:

Terdapat hubungan antara mengurangi resiko kegagalan dengan sikap masyarakat pengguna media *online* Diskominfo Kota Bandung.

**Tabel 3.42**  
**Tabel Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Dari hasil SPSS pada tabel di atas terlihat bahwa  $r = 0,451$ , dapat disimpulkan bahwa bahwa mengurangi resiko kegagalan dengan sikap masyarakat pengguna media *online* Diskominfo Kota Bandung memiliki hubungan yang sedang, karena posisi angka 0,451 dari hasil SPSS diatas berada diantara interval 0,40-0,599.

#### **3.5.3.4 Uji Korelasi Penggunaan Media *Online* Diskominfo Kota Bandung Dengan Kejelasan Informasi Masyarakat Pengguna Media *Online* Diskominfo Kota Bandung**

Hipotesis:

- $H_0$  : Tidak terdapat hubungan penggunaan media *online* dengan kejelasan informasi masyarakat pengguna media *online* Diskominfo Kota Bandung.
- $H_1$  : Terdapat hubungan penggunaan media *online* dengan kejelasan informasi masyarakat pengguna media *online* Diskominfo Kota Bandung.

**Tabel 3.43**  
**Uji Korelasi**

		Correlations	
		mediaonline	Kejelasaninformasi
Mediaonline	Pearson Correlation	1	.515**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	50	50
kejelasaninformasi	Pearson Correlation	.515**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	50	50

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

Sig. (2-tailed) = 0,000

$r = 0.515$

Taraf signifikan  $\alpha = 0,05$

Kriteria Hipotesis :

$P_v > \alpha = H_0$  diterima

$P_v < \alpha = H_0$  ditolak

Hasil perhitungan SPSS pada tabel di atas menunjukkan  $P_v$  Sig.(2-tailed) sebesar 0,000. Jika dibandingkan dengan taraf signifikan 5% maka  $P_v$  ini bernilai lebih kecil  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak. Dengan demikian, disimpulkan bahwa:

Terdapat hubungan antara penggunaan media *online* Diskominfo Kota Bandung dengan kejelasan informasi masyarakat pengguna media *online* Diskominfo Kota Bandung.

**Tabel 3.44**  
**Tabel Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
<b>0,40-0,599</b>	<b>Sedang</b>
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Dari hasil SPSS pada tabel di atas terlihat bahwa  $r = 0,515$ , dapat disimpulkan bahwa Penggunaan media *online* Diskominfo Kota Bandung dengan kejelasan informasi masyarakat pengguna media *online* Diskominfo Kota Bandung memiliki hubungan yang sedang, karena posisi angka 0,515 dari hasil SPSS diatas berada diantara interval 0,40-0,599

### **3.5.3.5 Uji Korelasi Penggunaan Media *Online* Diskominfo Kota Bandung Dengan Relevansi Informasi Masyarakat Pengguna Media *Online* Diskominfo Kota Bandung**

Hipotesis:

$H_0$  : Tidak terdapat hubungan penggunaan media *online* Diskominfo Kota Bandung dengan relevansi informasi masyarakat pengguna media *online* Diskominfo Kota Bandung

$H_1$  : Terdapat hubungan penggunaan media *online* Diskominfo Kota Bandung dengan relevansi informasi masyarakat pengguna media *online* Diskominfo Kota Bandung

**Tabel 3.45**  
**Uji Korelasi**

		Correlations	
		media online	Relevansiinformasi
media online	Pearson Correlation	1	.498**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	50	50
Relevansiinformasi	Pearson Correlation	.498**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	50	50

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

Sig. (2-tailed) = 0,000

$r = 0.498$

Taraf signifikan  $\alpha = 0,05$

Kriteria Hipotesis :

$P_v > \alpha = H_0$  diterima

$P_v < \alpha = H_0$  ditolak

Hasil perhitungan SPSS pada tabel di atas menunjukkan  $P_v$  Sig.(2-tailed) sebesar 0,000. Jika dibandingkan dengan taraf signifikan 5% maka  $P_v$  ini bernilai lebih kecil  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak. Dengan demikian, disimpulkan bahwa:

Terdapat hubungan antara penggunaan media *online* Diskominfo Kota Bandung dengan relevansi informasi masyarakat pengguna media *online* Diskominfo Kota Bandung.



**Tabel 3.46**  
**Tabel Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
<b>0,40-0,599</b>	<b>Sedang</b>
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Dari hasil SPSS pada tabel di atas terlihat bahwa  $r = 0,498$ , dapat disimpulkan bahwa penggunaan media *online* Diskominfo Kota Bandung dengan relevansi informasi masyarakat pengguna media *online* Diskominfo Kota Bandung memiliki hubungan yang sedang, karena posisi angka 0,498 dari hasil SPSS diatas berada diantara interval 0,40-0,599.

### **3.5.3.6 Uji Korelasi Penggunaan Media *Online* Diskominfo Kota Bandung Dengan Keakuratan Informasi Masyarakat Pengguna Media *Online* Diskominfo Kota Bandung**

Hipotesis:

$H_0$  : Tidak terdapat hubungan penggunaan media *online* Diskominfo Kota Bandung dengan keakuratan informasi masyarakat pengguna media *online* Diskominfo Kota Bandung

$H_1$  : Terdapat hubungan penggunaan media *online* Diskominfo Kota Bandung dengan keakuratan informasi masyarakat pengguna media *online* Diskominfo Kota Bandung

**Tabel 3.47**  
**Uji Korelasi**

		Correlations	
		mediaonline	Keakurataninformasi
Mediaonline	Pearson Correlation	1	.099
	Sig. (2-tailed)		.498
	N	50	49
keakurataninformasi	Pearson Correlation	.099	1
	Sig. (2-tailed)	.498	
	N	49	49

Sig. (2-tailed) = 0,498

$r = 0.099$

Taraf signifikan  $\alpha = 0,05$

Kriteria Hipotesis :

$P_v > \alpha = H_0$  diterima

$P_v < \alpha = H_0$  ditolak

Hasil perhitungan SPSS pada tabel di atas menunjukkan  $P_v$  Sig.(2-tailed) sebesar 0,498. Jika dibandingkan dengan taraf signifikan 5% maka  $P_v$  ini bernilai lebih besar  $0,498 > 0,05$  sehingga  $H_0$  diterima. Dengan demikian, disimpulkan bahwa:

Tidak terdapat hubungan antara penggunaan media *online* Diskominfo Kota Bandung dengan keakuratan informasi masyarakat pengguna media *online* Diskominfo Kota Bandung.

**Tabel 3.48**  
**Tabel Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
<b>0,00-0,199</b>	<b>Sangat rendah</b>
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Dari hasil SPSS pada tabel di atas terlihat bahwa  $r = 0,099$ , dapat disimpulkan bahwa penggunaan media *online* Diskominfo Kota Bandung dengan keakuratan informasi masyarakat pengguna media *online* Diskominfo Kota Bandung memiliki hubungan yang sangat rendah, karena posisi angka 0,099 dari hasil SPSS diatas berada diantara interval 0,00-0,199.

### **3.6 Koefisien Determinasi Penggunaan Media *Online* Diskominfo Kota Bandung dengan Sikap Masyarakat Kota Bandung**

Menentukan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap variabel Y dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = nilai Koefisien Determinasi

R = nilai koefisien korelasi

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS v.16 maka nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

**Tabel 3.49**  
**Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Durbin-Watson	
					R Square Change	F Change	df1	df2		Sig. F Change
1	.539 <sup>a</sup>	.290	.275	3.856	.290	19.609	1	48	.000	1.733

a. Predictors: (Constant), media online

b. Dependent Variable: sikap

*Sumber : Hasil SPSS Ver 16*

Berdasarkan tabel di atas hasil dari *SPSS Ver 16* menunjukkan bahwa  $r^2=0,290$  , sehingga koefisien determinasi yang di dapat adalah 29%. Hal ini menunjukkan bahwa media *online* Diskominfo Kota Bandung memberikan kontribusi terhadap sikap masyarakat pengguna media *online* Diskominfo Kota Bandung sebesar 29% dan sisanya 71% dipengaruhi oleh pengaruh lain selain media *online*.