

Pengaruh Pemanfaatan *Google Assistant* dalam Memenuhi Kebutuhan Sumber Informasi

RITA WAHYU MEGANINGRUM¹, HAMIDA SYARI HARAHAP² & ARIFIN S. HARAHAP³

^{1,2}Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

³Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul

E-mail: hamida.syari@dsn.ubharajaya.ac.id | HP: 081932176366

Abstrak

Perkembangan teknologi membawa manusia ke zaman canggih. Semua menjadi mudah, terutama memperoleh informasi. Mencari informasi tak perlu harus membuka buku atau lembaran kertas. Saat ini, tinggal “klik” dengan komputer atau telepon genggam semua informasi yang diinginkan mudah dan cepat diperoleh. Teknologi media sudah melahirkan berbagai media baru, seperti *Google Assistant*. *Google Assistant* merupakan salah satu media dengan teknologi kecerdasan buatan yang mampu memberikan informasi melalui komunikasi. Bagaimana penggunaan *Google Assistant* bagi mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jurusan Teknik Informatika dan Ilmu Komunikasi angkatan 2016, 2017 dan 2018? Faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan media ini sebagai sumber informasi? Inilah yang akan dikaji dalam penelitian ini. Metode penelitian menggunakan survei. Hasil penelitian menunjukkan pemanfaatan informasi *Google Assistant* memiliki hubungan positif dan signifikan dengan kebutuhan informasi. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa informasi yang diberikan *Google Assistant* pada *smartphone* Android dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan informasi, khususnya kebutuhan integratif personal. Kebutuhan ini mendapat skor tertinggi dibandingkan pemenuhan kebutuhan informasi yang lain.

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

Abstract

Technological developments have brought humans to a sophisticated era. Everything becomes easy, especially getting information. Looking for information no longer need to always open a book or sheet of paper. Now just "click" with a computer or mobile phone, all the information you want is easy and fast to get. Today's media technology has given birth to various new media, such as Google Assistant. Google Assistant is one of the new media with artificial intelligence technology (virtual assistant) that is able to provide information through communication. So, how is the use of Google Assistant media for students of Bhayangkara University, Jakarta Raya, majoring in Informatics Engineering and Communication Studies class 2016, 2017 and 2018? What factors influence the use of this media as a source of information? This is what will be studied in this study. The research method uses a survey. The results showed that the use of Google Assistant information had a positive and significant relationship with information needs. From the results of the study, it was found that the information provided by Google Assistant on an Android smartphone can be used for information needs, especially personal integrative needs. This need gets the highest score compared to the fulfillment of other information needs.

Keywords: *Google Assistant, Utilization, Information Source*

CoverAge

*Journal of Strategic
Communication*

Vol. 13, No.2, Hal. 122-132

Maret 2023

Fakultas Ilmu Komunikasi,
Universitas Pancasila

Accepted April 15, 2022

Revised Juny 9, 2022

Approved February 28, 2023

PENDAHULUAN

Informasi adalah kebutuhan manusia pada saat ini. Tak ada manusia yang bisa lepas dari kebutuhan informasi. Semua manusia butuh informasi, layaknya kebutuhan makan dan minum. Bila manusia ingin sukses harus mencari informasi yang menunjang kebutuhan hidupnya.

Guna memenuhi kebutuhan informasi perlu dilakukan pencarian informasi (Riani, 2017). Perkembangan teknologi membuat manusia mengalami perubahan dalam aktivitas kehidupannya sehari-hari, menjadi lebih mudah terutama dalam pencarian informasi. Media sosial menjadi salah satu sarana pemuas kebutuhan informasi yang banyak dimanfaatkan saat ini (Rohmah, 2020).

Dahulu, untuk mendapatkan informasi manusia memerlukan ruang dan waktu lebih banyak. Saat ini, teknologi mampu meminimalisir semuanya. Jarak pelaku komunikasi dalam berkomunikasi dapat dilakukan dari mana saja. Peserta komunikasi tidak harus hadir di suatu tempat tertentu. Komunikasi dapat dilakukan kapan pun sepanjang ada sinyal komunikasi. Hal senada juga dinyatakan bahwa teknologi komunikasi memberikan kenyamanan bagi seseorang dalam berkomunikasi, sebab dapat mengurangi kehadiran dan jarak di antara peserta komunikasi (Perdana & Irwansyah, 2019).

Perkembangan teknologi bukan sekedar memungkinkan manusia dapat memanfaatkan untuk mendapatkan informasi. Bahkan, perkembangan teknologi bisa menciptakan sebuah mesin yang mampu berkomunikasi seperti manusia yang dapat memberikan informasi bermanfaat guna memenuhi kebutuhan informasinya. Perubahan lain, sebagai dampak dari perkembangan teknologi dalam kehidupan manusia, salah satunya adalah dalam hal berkomunikasi dan mencari informasi. Perkembangan teknologi seperti internet telah menghadirkan fenomena baru di masyarakat (Sari & Yuliana, 2017).

Teknologi kecerdasan buatan merupakan terobosan baru dalam perkembangan teknologi. Teknologi digital ini merupakan sebuah mesin yang dirancang sebagai asisten virtual untuk dapat berkomunikasi dengan manusia. Tidak hanya berkomunikasi, akan tetapi asis-

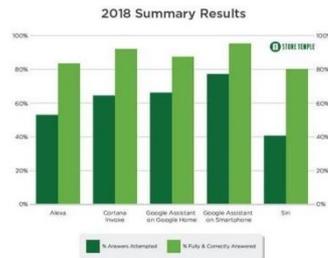
ten virtual dibuat agar dapat memberikan informasi kepada manusia melalui komunikasi yang dilakukannya.

Teknologi digital yang berwujud kecerdasan buatan atau *artificial intelligence* (AI) mulai hadir pada tahun 1950. Mesin ini bisa berkomunikasi dengan baik dan tindakannya dapat meyakinkan manusia seperti layaknya manusia. Wijaya (2013) menemukan sebuah *video game*, AI yang bisa mengelabui seseorang dengan cara menunjukkan komunikasi yang baik antara kecerdasan buatan dan manusia. McKinsey & Company (2017) menambahkan teknologi AI seperti robotik dan mesin kendaraan, mesin pencari *online* dengan memberikan rekomendasi yang diinginkan, pengenalan wajah dalam media sosial, asisten virtual yang mampu berinteraksi dengan *user*, dan lainnya.

Asisten virtual saat ini semakin banyak dikembangkan oleh berbagai perusahaan. Asisten virtual milik Apple bernama Siri, Microsoft dengan Cortana, dan Amazon dengan Alexa. Sebagian besar pasar *smartphone* sudah dilengkapi teknologi *Google Assistant* (Supiandi, 2015). Tak ingin ketinggalan dalam perkembangan teknologi informasi perusahaan sebesar Google yang bergerak di bidang jasa dan produk internet menciptakan asisten virtual yang bernama *Google Assistant*.

Berdasarkan survei Stone Tempel Consulting, *Google Assistant* menjadi asisten virtual yang efektif dibandingkan rivalnya (Technologue.id, 2020). Survei ini dilihat pada banyaknya jumlah pertanyaan yang bisa dijawab dengan lengkap dan benar. Pertanyaan yang dijadikan sampel dalam eksperimen ini sebanyak 24.710 pertanyaan.

Google Assistant pada *smartphone* juga memiliki presentase menjawab lengkap dan benar hampir mencapai 100%, dengan jumlah jawaban yang lebih banyak di banding *Google Assistant* di *Google Home*. Sehingga, dapat disimpulkan dari kedua data tersebut, *Google Assistant* menempati urutan teratas sebagai asisten virtual yang banyak digunakan dan memberikan jawaban yang benar bagi penggunaannya. Meskipun ditemukan bahwa *Google Assistant* dalam *Google Home* dan *smartphone* sama-sama mengungguli, tetapi peneliti memfokuskan pada penggunaan *smartphone*. Hal ditunjukkan pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Presentase Jawaban Benar Asisten Virtual

Sumber: Noviadhista, 2018

Seperti pada umumnya asisten virtual, *Google Assistant* dirancang untuk membantu manusia dalam mencari informasi. Selama pencarian informasi tersebut, manusia akan menjalin komunikasi dengan asisten virtual, yaitu *Google Assistant* pada *smartphone* Android. Melalui komunikasi inilah, *Google Assistant* memberikan informasi kepada si pengguna.

Informasi yang diberikan oleh *Google Assistant* pada Android akan dimanfaatkan manusia atau pengguna jika informasi tersebut sesuai dengan kebutuhan. Karena, seseorang berperilaku terdorong kebutuhan khususnya dalam hal mencari informasi dari sebuah media, seperti informasi terkait keagamaan, kesehatan, bahkan pendidikan (Kristian et al., 2019; Reis et al., 2017; Tai & Chen, 2020).

Jenis informasi yang diberikan *Google Assistant* kepada pengguna diantaranya, informasi hiburan, informasi perkiraan cuaca, informasi berita *ter-up date*, informasi petunjuk arah, informasi lalu lintas, informasi pemesanan makanan, informasi *google translate*, informasi jadwal bioskop dan informasi lainnya (Google Support, n.d.).

Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi, Nizam, mahasiswa merupakan generasi milenial yang juga dalam aktifitasnya bersinggungan dengan teknologi. Dikuatkan bahwa seorang mahasiswa harus selalu mengikuti perkembangan teknologi dan mampu memanfaatkannya. Oleh karena itu, mahasiswa harus mampu berhadapan dengan perubahan pada era revolusi industri digital atau era 4.0 (Doddy, 2020).

Namun demikian, dalam pemanfaatan teknologi tersebut mahasiswa harus memiliki sikap kritis terhadap informasi yang diterima

terutama tidak mudah mempercayai berita bohong (*hoax*), selektif memilih teknologi media yang akan digunakan sebagai sumber informasi bagi dirinya, baik dalam perkuliahan atau kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, penggunaan media dalam pencarian informasi disesuaikan berbasis pada kebutuhan (Haqqu, 2020).

Penelitian terdahulu dilakukan pada tiga orang mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, hasilnya menunjukkan bahwa mereka tidak hanya sekedar mengetahui keberadaan *Google Asisatent* saja, akan tetapi mereka menggunakan aplikasi ini. Dari ketiga orang tersebut, hampir seluruhnya mencari informasi sebanyak tiga sampai empat kali dalam sehari menggunakan *Google Assistant*. Menurut ketiganya, *Google Assistant* salah satu sumber informasi yang dapat dipercaya.

Google Assistant menjadi salah satu pilihan media bagi mahasiswa sebagai sumber informasi terpercaya. Karena, berdasarkan hasil survei, *Google Assistant* menunjukkan eksistensinya sebagai asisten virtual yang mampu menjawab seluruh pertanyaan yang diajukan dengan benar. 800 pertanyaan atau sebesar 90% berhasil dijawab oleh *Google Assistant*, sedangkan asisten virtual lainnya hanya berhasil mendapatkan <80% (Anggraini, 2018). Survei lainnya, *Google Assistant* di *smartphone* memiliki presentase lebih tinggi ketimbang dengan *Google Assistant* di *Google Home*. Pada *smartphone* mencapai di angka 100% dalam presentase menjawab lengkap dan benar.

Informasi yang disajikan *Google Assistant* beragam, sehingga pengguna mampu mendapatkan informasi yang diperlukan. Akan tetapi, kebutuhan informasi yang diperlukan dari masing-masing individu berbeda. Kebutuhan informasi tersebut, diantaranya kebutuhan informasi kognitif, kebutuhan informasi afektif, kebutuhan informasi integratif personal, kebutuhan informasi integratif sosial, dan kebutuhan informasi pelepasan ketegangan.

Ati (2013) menyatakan, kebutuhan informasi yang berbeda, tentu membuat penggunaan *Google Assistant* pada *smartphone* Android juga berbeda. Seperti yang dijelaskan bahwa tingkat pendidikan, pekerjaan, lingkungan, usia dan sebagainya akan menentukan tindakan seseorang, hal ini adalah mahasiswa,

dalam menggunakan *Google Assistant* sebagai sumber informasi.

Penelitian tentang *Google Assistant* antara tahun 2016 sampai 2022 sudah banyak dilakukan, namun kebanyakan pemanfaatannya lebih kepada bidang medis. Hal ini ditunjukkan oleh beberapa penelitian yang dilakukan oleh Catania et al., (2021) dan (Isyanto et al., 2020).

Terkait fenomena yang sudah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang faktor yang mempengaruhi penggunaan *Google Assistant* sebagai sumber informasi, khususnya dalam bidang pendidikan, yaitu mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jurusan Teknik Informatika dan Ilmu Komunikasi Angkatan 2016, 2017 dan 2018.

TINJAUAN PUSTAKA

Media Baru (*New Media*)

Internet telah berkembang sangat signifikan terutama ke dalam media. *New media* merupakan media yang menggunakan jangkauan internet dengan mencakup kemajuan teknologi digital, komputer atau jaringan teknologi komunikasi dan informasi.

New media mengubah kebiasaan komunikasi menjadi serba digital (Harahap, 2018). Sebelumnya semua bersifat manual atau tradisional, namun *new media* berhasil mengubah menjadi serba komputerisasi serta mengubah dari rumit menjadi ringkas. Melalui *new media* segalanya mengalami perubahan menjadi lebih praktis dan digitalisasi. Sebelum berkembangnya teknologi, seseorang berkomunikasi dengan cara tatap muka, tetapi sekarang dapat berkomunikasi secara digital.

Menurut Kurnia (2005), *new media* dikelompokkan menjadi empat kategori diantaranya, (1) Media komunikasi interpersonal, terdiri dari telepon, *handphone* atau *smartphone* dan *e-mail*; (2) Media yang interaktif, seperti komputer, *video game*, dan permainan dalam internet; (3) Media pencarian informasi, berupa *search engine*; dan (4) Media partisipasi kolektif, penggunaan internet untuk berbagi dan pertukaran informasi, pendapat, pengalaman, dan menggunakan media tidak semata-mata untuk alat namun menimbulkan afeksi dan emosional.

Google Assistant

Kusumadewi (2003) menjelaskan bahwa kecerdasan buatan merupakan salah satu bagian dari ilmu komputer yang membuat mesin (*search engine*) dapat melakukan suatu pekerjaan manusia dengan sebaik-baiknya (detail dan teliti), seperti memungkinkan mesin berpikir atau mengambil keputusan.

Seiring berkembangnya zaman, semakin berkembang pula teknologi kecerdasan buatan (asisten virtual). Google tak mau ketinggalan untuk menciptakan asisten virtual. Bulan Mei 2016, Google menciptakan *Google Assistant*. *Google Assistant* adalah layanan berbasis asisten virtual yang dapat melakukan komunikasi dengan manusia.

Google Assistant dapat ditemui di *smartphone* Android. *Google Assistant* merupakan media untuk memberikan informasi kepada pengguna dengan kelebihanannya yaitu fitur perintah suara. Sehingga pengguna tidak perlu mengetik "*keyword*", cukup dengan mengucapkan "*Ok, Google*" dan sebutkan informasi yang dibutuhkan, maka *Google Assistant* akan memberikan informasi tersebut.

Asisten virtual ini dapat memahami dan berbicara dengan Bahasa Indonesia atau bahasa lainnya, sehingga pengguna dengan *Google Assistant* bisa melakukan komunikasi sebaik mungkin. Informasi yang diberikan *Google Assistant* sangatlah beragam, diantaranya mampu memutar musik video dari Youtube ataupun pada penyimpanan memori, memberikan perintah panggilan telepon, mendapatkan perkiraan cuaca, mendapatkan berita dan juga membacakan berita. Selain itu, mendapatkan informasi petunjuk arah suatu tempat, mendapatkan informasi lalu lintas suatu daerah yang diminta, melakukan pemesanan makanan atau transportasi *online*, menerjemahkan kata atau kalimat dan sebagainya (Google Support, n.d.).

Sumber Informasi

Informasi merupakan sebuah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna, berarti dan bermanfaat bagi penggunaannya (Alimin, 2012). Data tersebut berasal dari suatu gambaran keadaan yang nyata. Sumber informasi yang telah diolah menjadi informasi yang akan diterima oleh pengguna. Sumber informasi

bisa didapatkan dari manusia, media cetak (surat kabar, majalah), media elektronik (televise, radio, internet) dan melalui berbagai kegiatan yang dibuka secara umum (seminar, *workshop*).

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

Tidak hanya sumber informasi yang beragam, tetapi kebutuhan informasi setiap orang pun beragam dan berbeda-beda. Severin dan Tankard (2011) menjelaskan bahwa kebutuhan informasi dikategorikan menjadi kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integratif personal, kebutuhan integratif sosial, dan kebutuhan pelepasan ketegangan.

karakteristik informasi disesuaikan dengan masing-masing kebutuhan setiap individu yang dilihat dari aspek, (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; dan (5) Sumber informasi, merupakan sumber informasi berasal dari internal atau eksternal. Jelasnya, informasi didapatkan dari sumber informasi (Ati, 2013).

Teori Uses and Gratification

Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification* yang pertama kali ditemukan oleh Katz, Blumler dan Gurevitch (Morrison, 2013) dikatakan bahwa seorang individu memiliki peran aktif dalam menentukan pesan mana yang akan diterima dari media. Ada lima asumsi dasar yang dikemukakan olehnya, antara lain: (1) Khalayak Aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media; (2) Insitiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan khalayak; (3) Media bersaing dengan sumber kepuasan lain; dan (4) Khalayak sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif, dan penggunaan media; serta (5) Penilaian isi media ditentukan oleh khalayak.

Uses and gratification berkaitan dengan *media exposure* yang berarti seseorang mampu menerima pesan-pesan atau informasi dari sebuah media secara terbuka. Lebih rincinya, *media exposure* adalah kegiatan mendengar, melihat, serta membaca pesan media ataupun mempunyai pengalaman terhadap informasi yang telah terjadi pada individu atau kelompok (Kriyantono, 2006).

Teori ini juga dikembangkan oleh beberapa ahli lainnya, seperti yang dijelaskan oleh Romli (2016) teori *uses and gratification* menjelaskan pengguna media memainkan peranan aktif untuk memilih dan menggunakan media. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Sehingga, khalayak dianggap aktif untuk memilih media mana yang akan digunakan untuk mendapatkan isi pesan yang diinginkan. Pemilihan media sebagai sumber informasi atau sebagai alat untuk memenuhi kebutuhannya merupakan kunci utama dalam konsep *uses and gratification*.

METODE

Metode ialah suatu proses yang sistematis guna mendapatkan sesuatu hal yang diinginkan. Metode yang digunakan dalam penelitian *survey*. Kerlinger (Muhammad & Aziz, 2020) menyatakan, penelitian survei dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, untuk menemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Dalam penelitian dilakukan untuk menggambarkan faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *Google Assistant* sebagai sumber informasi bagi mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jurusan Teknik Informatika dan Ilmu Komunikasi Angkatan 2016, 2017 dan 2018.

Objek adalah hal, perkara, atau orang yang menjadi pokok pembicaraan. Objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi fokus dari sebuah penelitian. Dalam penelitian ini tanggapan atau respon dari mahasiswa S1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jurusan Ilmu Komunikasi dan Teknik Informatika angkatan tahun 2016, 2017 dan 2018.

Populasi dan Sampel

Menurut Kriyantono (2006), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu. Populasi secara sederhana berarti keseluruhan dari sebuah objek yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, angkatan 2016, 2017 dan 2018, dengan jumlah sebanyak 1.457 orang.

Perhitungan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin. Rumus slovin bertujuan untuk mendapatkan jumlah sampel ataupun responden dalam penelitian. Rumus Slovin dengan presisi 90% atau sig 0,1 dan tingkat kesalahan yang dikehendaki dalam rumus yaitu sebesar 10%. Apabila hasil yang didapatkan tidak bulat, maka peneliti dapat membulatkan untuk mencapai sebuah kesesuaian.

Berdasarkan perhitungan diatas, perhitungan dibulatkan sehingga jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 94 orang dari 1.457 orang. 94 responden ini merupakan orang yang akan diteliti lebih lanjut yang diantaranya, yaitu mahasiswa program studi S1 jurusan Teknik Informatika dan Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, tahun ajaran 2016, 2017, dan 2018.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan untuk memudahkan proses penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner, wawancara dan studi pustaka. Penyebaran kuesioner ini menggunakan bantuan *Google Form*. Penggunaan *Google Form* dalam penyebaran kuesioner karena pada saat penelitian berlangsung berada pada masa pandemi Covid-19.

Kuesioner yang disebarakan berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus di isi oleh responden. Untuk mengukur sikap yang dimiliki responden menggunakan skala likert. Kuesioner ini disebarakan dengan *link* melalui *chat*, *direct message* dan media sosial lainnya. Situasi pandemik Covid-19 menjadi hambatan bagi peneliti untuk turun langsung ke lokasi penelitian dalam menyebarkan kuesioner.

Metode riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, yaitu untuk mendapatkan informasi tentang sejumlah responden yang mewakili populasi tertentu.

Pengumpulan data dengan teknik wawancara untuk mendapatkan probabilitas jawaban kuesioner yang lebih rinci dari responden. Peneliti melakukan wawancara melalui telepon. Hal ini dilakukan untuk memperkuat jawaban atas data yang diperoleh dari responden.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana. Namun, sebelum dilakukan uji regresi linier sederhana perlu dihitung terlebih dahulu uji normalitas. Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah data sampel yang telah didapatkan dari responden tersebut berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak normal. Uji normalitas dalam penelitian menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Uji tersebut memiliki dengan kriteria yang berlaku apabila hasil signifikansi $> 0,05$ yang menandakan residual berdistribusi normal.

Berdasarkan analisis dan hasil temuan, penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pemanfaatan informasi *Google Assistant* dengan kebutuhan informasi. Selain itu, tercapai efektivitas pemanfaatan informasi *Google Assistant* pada *smartphone* Android terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Sehingga, hipotesis alteratif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak.

Pemanfaatan informasi *Google Assistant* secara parsial memiliki hubungan yang signifikan terhadap kebutuhan informasi Mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya. Indikator yang paling besar, yaitu responden memilih memakai *Google Assistant* karena fitur perintah suara yang akurat. Sedangkan, hubungan yang paling rendah yaitu, tidak jarang *Google Assistant* hanya digunakan untuk menghabiskan waktu luang bukan atas dasar kebutuhan informasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan

bahwa faktor yang memengaruhi penggunaan *google assistant* pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sebagai sumber informasi dapat dilihat dari karakteristik mahasiswa, luas informasi, kepadatan informasi, frekuensi informasi pernyataan, dimensi waktu informasi pernyataan, dan sumber informasi.

Karakteristik Responden

Kebutuhan informasi dapat dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, pekerjaan, lingkungan, dan sebagainya (Winarsih, 2013). Hasil temuan di lapangan didapatkan karakteristik pengguna *Google Asistent* pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dilihat dari jurusan, yaitu 94 responden yang terdiri jurusan Teknik Informatika dan Ilmu Komunikasi diperoleh angkatan tahun 2016, 2017, dan 2018. 94 responden adalah pengguna aktif *smartphone*. Penggunaan *smartphone* rata-rata pemakaiannya 4-7 jam dalam sehari. Hal ini juga diungkapkan dalam berita *online* Kompas, kalangan milenial yang berada pada usia 20-35 tahun menggunakan ponsel pintar rata-rata 7 jam sehari (Tashandra, 2019).

Penggunaan *Google Assistant* berdasarkan usia adalah antara usia 21 dan 22 tahun. Pada usia 21 tahun sebanyak 40 orang dengan presentase 42,6%. Usia 21-22 tahun berada pada rentan usia produktif atau *digital natives* (Gifary, 2015). Hal ini juga berarti, pada usia 21-22 tahun ialah usia yang telah akrab menggunakan internet dan sejak perkembangan teknologi lahir.

Berdasarkan jenis kelamin, pengguna *Google Assistant* berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 54 orang dengan presentase sebesar 58%. Sedangkan, laki-laki sebanyak 40 orang dengan presentase sebesar 42%.

Jenis kelamin seseorang akan berpengaruh pula dalam menentukan media yang akan digunakan. Untuk mengetahui lebih dalam penulis melakukan wawancara. Data yang diperoleh perempuan cenderung mencari informasi dengan mengandalkan bantuan internet. Alasan responden bertanya langsung dengan orang terasa canggung dan malu, sehingga lebih memilih untuk menggunakan internet. *Google Assistant* menjadi pilihan perempuan sebagai sumber informasi. Sedangkan responden laki-laki yang berhasil diwawancarai me-

ngatakan bahwa dirinya lebih memilih untuk bertanya atau berkomunikasi secara *face to face communication* dengan orang lain untuk mendapatkan informasi. Namun bukan berarti laki-laki tidak menggunakan *Google Assistant*, sesekali mereka juga mencari informasi dengan bantuan teknologi media seperti *Google Assistant* tersebut bila dirasa perlu.

Selain usia dan jenis kelamin, tingkat semester juga memengaruhi penggunaan media dalam mencari sumber informasi. Mahasiswa jurusan teknik informatika dan ilmu komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya juga menentukan penggunaan *Google Assistant* sebagai sumber informasi. Hasil penelitian ditemukan bahwa mayoritas mahasiswa berdasarkan tingkat semesternya didominasi oleh mahasiswa semester 8 yaitu sebanyak 46 responden dengan presentase sebesar 48,9%.

Dapat disimpulkan tingginya tingkat semester menunjukkan tingginya pemahaman serta kebutuhan penggunaan teknologi media pada responden. Penggunaan *Google Assistant* sebagai sumber informasi didominasi oleh mahasiswa semester 8 juga disebabkan lebih dahulu mengenal fungsi dan kegunaan dari teknologi *smartphone*. Oleh sebab itu, mahasiswa semester 8 lebih cepat dan tanggap untuk mengikuti *trend* untuk memudahkan kebutuhan dirinya.

Karakteristik mahasiswa berdasarkan jurusan menunjukkan bahwa mahasiswa teknik informatika Universitas Bhayangkara Jakarta Raya memiliki jumlah mahasiswa lebih banyak dari pada Ilmu Komunikasi. Jumlah mahasiswa Ilmu Komunikasi sebanyak 52 mahasiswa dengan presentase sebesar 55%. Sedangkan jurusan Ilmu Komunikasi didapatkan 42 mahasiswa dengan presentase sebesar 45%.

Munawar (2018), menyatakan, hal ini dapat terjadi karena salah satunya masih terdapat masyarakat yang menganggap jurusan Ilmu Komunikasi suatu hal yang remeh. Sehingga, masyarakat atau pun calon mahasiswa tidak tertarik untuk memilih jurusan Ilmu Komunikasi. Mereka berpikir bahwa lulusan Ilmu Komunikasi tidak memiliki peluang untuk bersaing di dalam dunia kerja dibandingkan lulusan Teknik Informatika yang masih menjadi jurusan terfavorit bagi masyarakat. Jurusan Teknik Informatika tentunya sudah tidak asing terhadap teknologi kecerdasan bu-

atan, seperti *Google Assistant*. Sedangkan, bagi Ilmu Komunikasi, *Google Assistant* hanya sebagai alat mampu memberikan informasi dan menjadi sumber informasi.

Faktor Penggunaan *Google Assistant* sebagai Sumber Informasi

Faktor penggunaan *Google Assistant* sebagai sumber informasi dilihat pada pemenuhan kebutuhan informasi, seperti keluasan informasi, kepadatan informasi, frekuensi informasi, waktu informasi dan sumber informasi.

Berdasarkan luas informasi, *Google Assistant* dapat membantu mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dalam menemukan informasi. Hal ini ditunjukkan dari sebanyak 64 responden (46,8%) menjawab sangat setuju. *Google Assistant* dapat dimanfaatkan oleh siapa pun, membantu memperluas informasi yang dimiliki, dapat digunakan pada aktivitas sehari-hari seperti membantu kelancaran aktivitas kuliah, hiburan, yaitu dapat memutar musik, penyimpanan memori, memberikan perintah panggilan telepon, mendapatkan perkiraan cuaca, mendapatkan berita dan juga membacakan berita. Selain itu, mendapatkan informasi petunjuk arah suatu tempat, mendapatkan informasi lalu lintas suatu daerah yang diminta, melakukan pemesanan makanan atau transportasi *online*, menerjemahkan kata atau kalimat, bisa dimanfaatkan kapan saja, dapat dengan mudah menemukan informasi dari suatu tempat dan juga tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Hal ini menandakan bahwa *Google Assistant* adalah media informasi yang begitu banyak memiliki informasi sehingga mahasiswa dapat berperan aktif untuk menentukan media mana yang akan digunakan untuk dimanfaatkan informasi. Seperti pada teori *uses and gratification* (Romli, 2016) individu akan melakukan pemilihan media yang nantinya digunakan untuk mendapatkan informasi guna memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan kepadatan informasi, sebanyak 51 responden (54,3%) menjawab setuju bahwa *Google Assistant* memberikan informasi yang lengkap, memiliki banyak pilihan informasi baik terdahulu sampai yang terbaru, lengkap, informasi yang disajikan berkualitas, menyajikan berbagai jenis informasi sesuai dengan kebutuhan, isi informasi jelas, dapat

memenuhi kebutuhan informasi karena banyak informasi yang disajikan tersedia pada *Google Assistant*.

Berdasarkan Frekuensi informasi yang disampaikan melalui *Google Assistant*. Hasil penelitian menunjukkan penggunaan *Google Assistant* didasari kebutuhan akan informasi hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan yang dimiliki, pencarian informasi dengan *Google Assistant* karena malas mengetik. Hal ini dikarenakan, *Google Assistant* merupakan aplikasi baru sehingga mahasiswa jauh lebih dulu terbiasa mencari informasi dengan *google search engine*, fitur perintah suara yang terdapat pada *Google Assistant* sehingga mampu memberikan informasi dengan cepat tanpa menghabiskan banyak waktu.

Berdasarkan dimensi waktu, sebanyak sebanyak 47 responden (50,0%) setuju bahwa informasi yang disediakan *Google Assistant* berupa informasi terbaru, yaitu mengikuti perkembangan fenomena yang sedang terjadi di lingkungan masyarakat.

Sebanyak 46 responden (48,9%) menjawab setuju *Google Assistant* sebagai sumber informasi. Secara keseluruhan *Google Assistant* adalah media informasi baru dengan segala kemampuan yang berguna, bisa membantu memenuhi kebutuhan informasi dengan kemampuannya berupa perintah suara. *Google Assistant* merupakan kecerdasan buatan yang dirancang untuk menjadi asisten virtual.

Berdasarkan data tersebut di atas bila dikaitkan dengan karakteristik responden dengan penggunaan *Google Assistant* sebagai sumber informasi maka responden yang berusia diantara 21-22 tahun adalah generasi *digital natives*, di mana masa usia ini adalah masa yang *up to date* dengan perkembangan teknologi. Hal ini membuat responden tentunya mudah beradaptasi dengan hadirnya *Google Assistant* dalam penggunaannya terutama dalam pencarian informasi yang sesuai dengan kebutuhannya dan dapat digunakan dengan mudah oleh siapa pun, terutama kalangan muda memiliki gaya hidup serba praktis dan cepat.

Google Assistant memberikan informasi yang lengkap. Banyak pilihan informasi, baik informasi terbaru hingga informasi terdahulu yang diperoleh dari *Google Assistant*. Informasi yang diberikan sesuai dengan permin-

taan. Isi pesan atau informasi yang diberikan *Google Assistant* jelas dan tidak sulit dipahami. Namun demikian, di samping kelebihan terhadap kepadatan informasi ada juga kelemahan penggunaan *Google Assistant*, karena tergantung pada kualitas internet saat digunakan.

Google Assistant merupakan media informasi baru dengan fitur yang menarik, yaitu berupa perintah suara dengan tingkat keakuratan tinggi. Sehingga tidak perlu susah payah melakukan pengetikan. Menggunakan *Google Assistant* pencarian informasi menjadi lebih mudah terlebih saat sedang mengetik "keyword" yang dicari banyak kesalahan kata. *Google Assistant* pada *smartphone* Android memimpin dalam hal keakuratan perintah suara. Tentunya berbeda dengan media konvensional, seperti televisi dan radio bergantung pada apa yang disajikan saja oleh media tersebut.

Penggunaan *Google Assistant* selain mudah juga tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Informasi dapat diperoleh dari suatu tempat. Meskipun jauh sekalipun. *Google Assistant* akan membantu menemukan informasi tersebut. Seperti halnya, membantu menemukan informasi mengenai suatu daerah yang jauh dari lokasi responden berada. Hal ini sesuai dengan teori *uses and gratification* (Romli, 2016), individu akan melakukan pemilihan media yang nantinya digunakan untuk mendapatkan informasi guna memenuhi kebutuhannya.

Di samping kelebihan *Google Assistant* tentunya juga ditemukan beberapa kelemahan diantaranya masih ada beberapa responden yang belum bisa menggunakan *Google Assistant* sehingga informasi yang diterima tidak mudah dan cepat. Sebagian responden lebih yakin dengan komunikasi langsung, khususnya yang terkait dengan bidang Kesehatan, lebih baik langsung bertanya pada ahlinya. Ada kekhawatiran dari sebagian responden, informasi yang diterima tidak sebagaimana adanya dan setiap manusia memiliki kepentingan yang berbeda. Sehingga, berbeda pula media atau aplikasi yang digunakan untuk keperluan informasi tersebut. Misalnya, mahasiswa merasa bahwa *Google Assistant* kurang nyaman digunakan untuk hiburan, sehingga mencari dan memilih aplikasi lain

untuk kepentingan tersebut. Responden mengenal *Google Assistant* pada *smartphone* Android ini hanya sebuah aplikasi perintah suara. Mereka tidak mengetahui bahwa perintah suara tersebut, merupakan salah satu fitur kelebihan yang dimiliki oleh *Google Assistant*. Hal ini dapat terjadi karena kurangnya pengenalan *Google Assistant* terhadap pengguna. Bahkan responden menganggap asisten virtual hanyalah mesin, yang bisa saja sewaktu-waktu melakukan kesalahan, tidak selalu berjalan mulus, seperti fitur suara yang tidak bisa menangkap suara dengan baik dan sebagainya sehingga menghambat dalam penggunaan.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis dan hasil temuan, penelitian menunjukkan faktor yang memengaruhi penggunaan *Google Assistant* sebagai sumber informasi bagi mahasiswa Universitas Bha-yangkara Jakarta Raya, Jurusan Teknik Informatika dan Ilmu Komunikasi, Angkatan 2016, 2017 dan 2018.

Karakteristik responden yaitu faktor usia, jenis kelamin, dan tingkat semester. Usia 21-22 tahun ialah usia yang telah akrab menggunakan internet dan sejak perkembangan teknologi lahir, sehingga dikenal dengan istilah *digital natives*. Perempuan cenderung mencari informasi dengan mengandalkan bantuan internet. Alasan responden bertanya langsung dengan orang terasa canggung dan malu. Teknik Informatika adalah jurusan tidak asing terhadap teknologi kecerdasan buatan, seperti *Google Assistant*.

Google Assitant mudah dalam penggunaannya, tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, informasi yang diberikan sesuai dengan permintaan, jelas dan mudah dipahami, informasi diperoleh dengan cepat, mengikuti perkembangan fenomena yang sedang terjadi di lingkungan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, T. (2012). *Kebutuhan Informasi Manusia: Sebuah Pendekatan Kepustakaan*. 15(1), 50–57.
- Anggraini, E. (2018). *Kepintaran Google Assistant Lampaui Cortana dan Siri*.
- Ati, W. (2013). *Kebutuhan dan Perilaku*

- Pencarian Informasi Taruna Angkatan 46 di Perpustakaan Politeknik Ilmu Pelayaran Semarang. *Ilmu Perpustakaan*, 2(4), 9–17.
- Catania, F., Spitale, M., & Garzotto, F. (2021). Toward the Introduction of Google Assistant in Therapy for Children with Neurodevelopmental Disorders: An Exploratory Study. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*.
<https://doi.org/10.1145/3411763.3451666>
- Doddy. (2020). Pemanfaatan Teknologi di Era Tatanan Baru untuk Meneguhkan Pendidikan. *Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, Dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi*.
<http://www.dikti.kemdikbud.go.id/kabar-dikti/kabar/pemanfaatan-teknologi-di-era-tatanan-baru-untuk-meneguhkan-pendidikan/>
- Gifary, S. (2015). Intensitas Penggunaan Smartphone Terhadap Perilaku Komunikasi. *Jurnal Sosioteknologi*, 14(2), 170–178.
- Google Support. (n.d.). *No Title*.
- Haqqu, R. (2020). Uji Uses and Gratifications dalam Intensitas Menonton Program Talk Show Melalui Televisi. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(2), 11–18.
<https://doi.org/10.35814/coverage.v10i2.1378>
- Harahap, H. S. (2018). WhatsApp sebagai media komunikasi dalam menyampaikan dakwah. *DMCC Conference Proceeding*, 1, 131–150.
- Isyanto, H., Arifin, A. S., & Suryanegara, M. (2020). Performance of Smart Personal Assistant Applications Based on Speech Recognition Technology using IoT-based Voice Commands. *International Conference on ICT Convergence, 2020-October*, 640–645.
<https://doi.org/10.1109/ICTC49870.2020.9289160>
- Kristian, D., Palit, H. N., & Santoso, L. W. (2019). Pemanfaatan Google Assistant dan Sistem Rekomendasi untuk Belajar Alkitab. *Jurnal Infra*, 7(1), 71–77.
<http://publication.petra.ac.id/index.php/teknik-informatika/article/view/8049>
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana.
- Kurnia, N. (2005). Perkembangan Teknologi 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.
- Muhammad, F. I., & Aziz, Y. M. A. (2020). Implementasi Kebijakan Dalam Mitigasi Bencana Banjir Di Desa Dayeuhkolot. *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi*, 11(1), 52–61.
<https://doi.org/10.23969/kebijakan.v11i1.2235>
- Munawar, L. (2018). *Dianggap remeh, Ternyata Jadi Mahasiswa Komunikasi Itu Sulit*.
- Noviadhista, F. U. (2018). Google Assistant AI Terpinar Saat Ini, Siri Nomor Berapa? *Technologue.Id*.
<https://technologue.id/google-assistant-ai-terpintar-saat-ini-%0Asiri-nomor-berapa/amp/%0A>
- Perdana, R. P., & Irwansyah, I. (2019). Implementasi Asisten Virtual Dalam Komunikasi Pelayanan Pelanggan (Studi Kasus Pada Layanan Pelanggan Telkomsel). *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 183.
<https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.5491>
- Reis, A., Paulino, D., Paredes, H., & Barroso, J. (2017). *Using Intelligent Personal Assistants to Strengthen the Elderlies' Social Bonds*. 593–602.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-58700-4_48
- Riani, N. (2017). Model Perilaku Pencarian informasi Guna Memenuhi Kebutuhan Informasi (Studi Literatur). *Publis*, 1(2), 14–20.
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. Grasindo.
- Sari, S., & Yuliana, G. D. (2017). Electronic Word Of Mouth Melalui Youtube Studi Pada Beauty Vlogger Kosmetik Wardah.

- In *Journal of Strategic Communication* (Vol. 8, Issue 1, pp. 59–69).
- Supiandi, I. (2015). Analisis Digital Assistant Versi Cortana, Siri dan Google Now. *Infotech Journal*, 1(2), 236618.
- Tai, T. Y., & Chen, H. H. J. (2020). The impact of Google Assistant on adolescent EFL learners' willingness to communicate. *Interactive Learning Environments*. <https://doi.org/10.1080/10494820.2020.1841801>
- Tashandra, N. (2019). *Berapa Batas Durasi Penggunaan Ponsel yang Aman Bagi Kesehatan?* Kompas.Com.
- Winarsih, S. A. (2013a). Kebutuhan Dan Perilaku Pencarian Informasi Taruna Angkatan 46 Di Perpustakaan Politeknik Ilmu Pelayaran Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 2(4), 9–17.
- Winarsih, S. A. (2013b). Kebutuhan dan Perilaku Pencarian Informasi Taruna Angkatan 46 di Perpustakaan Politeknik Ilmu Pelayaran Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 2(4), 9–17.