

## Pengaruh Penggunaan Aplikasi Bandung Sadayana Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Bandung

Gallant Cikal P.B<sup>1</sup>, Ruth Mei Ulina<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, gallantcikal@student.telkomuniversity.ac.id

<sup>2</sup> Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, ruthmei@telkomuniversity.ac.id

### Abstract

*This study aims to assess the impact of using the Bandung Sadayana application on meeting the information needs of the residents of Bandung. The main objective is to evaluate the effectiveness of the application in fulfilling the information needs of the community. Additionally, the research aims to measure the extent to which the influence of the Bandung Sadayana application affects meeting the information needs of the population in Bandung, referring to the Uses and Gratification theory. The study employs a quantitative method, specifically a causal association research design, to identify relationships between two or more factors. The study population includes 11,000 individuals, with a sample of 101 people selected through total sampling using primary and secondary data, with a margin of error of 0.05 (5%). The results of the hypothesis testing indicate that in the partial t-test, the calculated t-value (15.012) exceeds the tabulated t-value (1.98422), suggesting a positive impact of the Bandung Sadayana application on meeting the information needs of the community in Bandung. Furthermore, the simultaneous F-test results show that the calculated F-value (225.363) is greater than the tabulated F-value (3.94). The simple linear regression test reveals a regression coefficient (X) of 1.128, implying that an increase in the application's usage would lead to a 112.3% improvement in meeting information needs. This is reinforced by the correlation coefficient test (R Square 0.695), confirming that the variable of application usage has a positive impact of 69.5% on meeting the information needs of the community in Bandung, both partially and simultaneously.*

*Keywords-uses and gratification theory, application, Information, Bandung Sadayana, influence.*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menilai dampak penggunaan aplikasi Bandung Sadayana terhadap pemenuhan kebutuhan informasi warga Kota Bandung. Tujuan utama adalah mengevaluasi efektivitas aplikasi dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Selain itu, penelitian ini bertujuan mengukur sejauh mana pengaruh aplikasi Bandung Sadayana memengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi penduduk Kota Bandung, dengan merujuk pada teori *Uses and Gratification*. Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif, dengan jenis penelitian asosiasi kausal yang bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara dua faktor atau lebih. Populasi studi melibatkan 11.000 orang, dengan sampel sebanyak 101 orang yang dipilih melalui total sampling menggunakan data primer dan sekunder, dengan margin error 0.05 (5%). Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa pada uji t (Parsial), nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $15.012 > 1.98422$ ), Lalu hasil uji hipotesis menggunakan Uji F (simultan) menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $225.363 > 3.94$ ), dan hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan koefisien regresi X sebesar 1,128, menyiratkan bahwa kenaikan penggunaan aplikasi ini akan meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 112,3%, lalu di pertegas dengan uji koefisien korelasi (R Square 0.695) menegaskan bahwa variabel penggunaan aplikasi memberikan dampak positif sebesar 69.5% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Kota Bandung, baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci-teori *uses and gratification*, aplikasi, Informasi, Bandung Sadayana, pengaruh.

## I. PENDAHULUAN

Pendahuluan Perkembangan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) serta berkembangnya kemajuan transportasi mendorong kota-kota besar dalam kemajuan yang sangat pesat dan cepat. Dan konsep perkembangan yang terjadi di kota-kota besar ini tidak lepas dari konsep perkembangan TIK yang terjadi pada dunia yang mengikuti kemajuannya dan diimplementasikan kedalam kehidupan masyarakat yang dimana bermaksud untuk meningkatkan taraf hidup setiap penduduknya, salah satu konsep yang saat ini terus berkembang adalah *smart city*. Konsep *smart city* ini tidak terlepas kedalam unsur perkembangan TIK di dalamnya.

Munculnya konsep *smartcity* ini bermula pada munculnya permasalahan-permasalahan yang terjadi kepada para penduduk yang berada didalamnya serta untuk mencari tau cara penyelesaian yang terjadi di dalam kehidupan bermasyarakat. Pada awalnya pemerintah dalam upaya menyebarluaskan layanan informasi kepada masyarakat dengan menggunakan berbagai macam media cetak yang ada seperti surat kabar, koran, majalah dan sebagainya. Namun dengan seiring berkembangnya zaman dan hadirnya teknologi digitalisasi kemajuan teknologi informasi yang semakin berkembang, maka pemerintah dapat memanfaatkan teknologi informasi tersebut sebagai alat untuk memantau, memonitor, mengendalikan, dan menghubungkan berbagai sumber daya yang ada di dalam kota, dengan demikian maka pelayanan kota yang terjadi didalamnya akan mudah dan efektif untuk di capai secara menyeluruh guna mencapai kepuasan yang didapat masyarakat dari pelayanan public (Pandini, 2017).

Definisi tingkat kepuasan masyarakat menurut Selnes bahwa kepuasan masyarakat merupakan suatu tingkat kepuasan secara keseluruhan, kesesuaian pelayanan yang sesuai dengan harapan masyarakat, dan tingkat kepuasan masyarakat yang terjalin dengan suatu instansi atau organisasi. Pada intinya kepuasan masyarakat dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan seseorang dalam bermasyarakat dilingkungannya sangat memiliki harapan saat menerima sesuatu yang ditawarkan dengan membandingkan kinerja atas sesuatu yang diterima dan harapan yang dimiliki, besarnya pengaruh kepuasan masyarakat maka akan memudahkan dan mengetahui perkembangan sumberdaya informasi yang berada di dalam kota dengan mudah. (Endah dalam Hendriyaldi & Musnaini, 2021)

Kepuasan masyarakat dapat tercapai di tunjang dengan perkembangan media yang tidak terlepas dari suatu perkembangan zaman yang pada perkembangannya melahirkan media-media baru dan mengkonvergensi media lama (konvensional), Media baru atau dalam bahasa inggris *New Media* merupakan media yang terdigitalisasi yang dimana merupakan sebuah konsep dari pemahaman atas perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, yang dimana semua yang berawal dengan cara manual berubah menjadi serba otomatis dan dari semua yang bersifat rumit kini menjadi ringkas (Hadi, 2021). Media baru dapat diartikan sebagai media digital yang bersifat interaktif, menggabungkan komunikasi 2 arah dan melibatkan beberapa bentuk komputasi (Nugroho, 2020). Kehadiran media baru dapat ikut andil menyebarluaskan pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat. Adapun contoh dari bentuk media baru adalah internet, media sosial, *E-magazine*, film dan aplikasi. Kemajuan zaman yang menjadi pendorong perkembangan teknologi melahirkan beragam inovasi dari berbagai aspek dan bidang, salah satunya yang terjadi di Kota Bandung yang menggunakan pemanfaatan teknologi dalam upaya melayani masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasi melalui aplikasi Bandung Sadayana.

Dalam awal pengembangannya pada tahun 2018 silam aplikasi ini merupakan suatu website profile yang bernama Bandung *Smart City* yang didalamnya berisikan beberapa informasi perangkat daerah milik pemerintahan Kota Bandung dan seiring berjalannya waktu pada tahun 2019 hingga 2020 website profile Bandung *Smart City* melakukan pengembangan dengan melakukan beberapa kolaborasi seperti menambahkan fitur member web forum yang dimana para pengunjung web tersebut dapat melakukan *sign in* dan berinteraksi didalam forum yang bernama “Badami” untuk berdiskusi dengan para pengguna lainnya, menambahkan fitur marketplace milik Kota Bandung, hingga melakukan kolaborasi bersama google.

Lalu pada 17 Desember 2021 setelah 4 tahun dalam upaya pengembangannya Bandung *Smart City* resmi bertransformasi menjadi *super apps* yang berganti nama menjadi Bandung Sadayana yang di resmikan melalui acara Bandung Connectivity 1.0 yang dilaksanakan di Trans Luxury Hotel dan di resmikan langsung oleh Yana Mulyana, S.E., M.M selaku Walikota Bandung periode 2022-2023

Konsep aplikasi ini adalah untuk menyatukan beragam layanan milik pemerintahan Kota Bandung didalam satu aplikasi dengan tujuan untuk memudahkan masyarakat Kota Bandung dalam mengakses layanan yang di sediakan oleh pemerintah, setelah aplikasi Bandung Sadayana ini diresmikan perilisannya pengembangan aplikasi ini terus melanjutkan pengembangannya seperti penambahan berbagai fitur dan menjadi rumah berbagai layanan digital yang berada di Kota Bandung, aplikasi ini juga menjadi salah satu wadah kolaborasi masyarakat Kota Bandung dan tempat literasi digital masyarakat dalam mendapatkan suatu informasi terkait perkembangan yang ada di Kota Bandung.

Menurut Koordinator Evaluasi TIK Bidang Perencanaan Evaluasi dan Pengembangan Sumber Daya TIK Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung Bapa Ganjar Setya Pribadi,SE mengatakan dari awal pengembangannya Bandung *Smart City* atau yang sekarang disebut Bandung Sadayana ini di tahun 2018 hingga pada saat penelitian ini dibuat total jumlah pengguna sudah mencapai 11.984 pengguna dan terus mengalami peningkatan yang signifikan setelah aplikasi ini resmi di rilis pada tahun 2021 silam mengingat aplikasi ini pada awalnya tidak memiliki pengguna yang cukup banyak dan tidak memiliki fitur yang beragam.

Jumlah ini justru menjadi angin segar bagi pemerintah Kota Bandung untuk terus meningkatkan aplikasi ini menjadi lebih baik, selain membantu dan memudahkan pemerintah dalam melayani masyarakat dengan melakukan inovasi pelayanan publik melalui media, inovasi ini muncul untuk menjawab keluhan-keluhan dari masyarakat yang menjadi tantangan tersendiri bagi pemerintahan di Kota Bandung, seperti munculnya keluhan dari masyarakat Kota Bandungnya itu sendiri terhadap banyaknya keluhan mengenai terlalu banyak website milik pemerintah Kota Bandung, dan banyaknya layanan aplikasi publik milik pemerintahan Kota Bandung yang mengharuskan masyarakat mengunduh layanan publik dengan berbeda aplikasi dan berbeda akun yang membuat masyarakat kebingungan. Menurut sumber resmi langsung website Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung tercatat layanan aplikasi milik pemerintah kota bandung ada 9 aplikasi dan belum termasuk aplikasi lain yang berkolaborasi dengan pihak lain.

Untuk menanggapi banyaknya keluhan tersebut, maka pemerintah Kota Bandung mencoba berinovasi untuk menyatukan semua layanan publik milik pemerintah Kota Bandung termasuk layanan pemenuhan kebutuhan informasi hanya dalam satu aplikasi, dan hanya dengan satu akun saja bisa untuk mengakses berbagai macam layanan yang disediakan oleh pemerintah dengan tujuan untuk memudahkan masyarakat Kota Bandung dalam upaya memenuhi kebutuhan akan suatu informasi.

Untuk menanggapi banyaknya keluhan tersebut, maka pemerintah Kota Bandung mencoba berinovasi untuk menyatukan semua layanan publik milik pemerintah Kota Bandung termasuk layanan pemenuhan kebutuhan informasi hanya dalam satu aplikasi, dan hanya dengan satu akun saja bisa untuk mengakses berbagai macam layanan yang disediakan oleh pemerintah dengan tujuan untuk memudahkan masyarakat Kota Bandung dalam upaya memenuhi kebutuhan akan suatu informasi.

## II. TINJAUAN LITERATUR

### A. Aplikasi Bandung Sadayana

Bandung Sadayana merupakan suatu aplikasi super apps yang menjadi rumah berbagai layanan digital yang berada di Kota Bandung aplikasi ini juga menjadi salah satu wadah kolaborasi masyarakat Kota Bandung dan tempat literasi digital masyarakat dalam mendapatkan suatu informasi terkait perkembangan yang ada di Kota Bandung. Inovasi ini muncul berawal dari salah satu *event* Bandung Connectivity yang berlangsung pada 17 Desember 2021 silam, dengan harapan dengan adanya aplikasi ini masyarakat Kota Bandung dapat berperan aktif dalam mencari atau berbagi informasi, ide, *event*, dan layanan-layanan digital yang ada di dalam aplikasi ini.

### B. New Media

Media baru atau dalam bahasa Inggris *New Media* merupakan media yang terdigitalisasi yang dimana merupakan sebuah konsep dari pemahaman atas perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, yang dimana semua yang berawal dengan cara manual berubah menjadi serba otomatis dan dari semua yang bersifat rumit kini menjadi ringkas. Media baru merupakan sebuah media yang memanfaatkan kemajuan teknologi atau digital yang merupakan sebuah metode yang sangat *complex* dan fleksibel yang dimana pada saat ini menjadi suatu kebutuhan pokok semua manusia di era digital saat ini dan dalam kehidupan sehari-hari, konsep digital ini tidak pernah lepas kaitannya dengan media, Adapun jenis jenis media berdasarkan penggunaan nya (*interpersonal communication media, interactive play media, information search media, collective participatory media, substitution of broadcasting media*).

### C. Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Pemenuhan kebutuhan informasi adalah suatu proses dimana setiap individu didalam suatu kelompok masyarakat yang luas memiliki hak dalam upaya mencari dan membutuhkan pemenuhan akan suatu informasi, meskipun demikian informasi yang dibutuhkan oleh setiap individu berbeda-beda tergantung kebutuhannya, dalam upaya memenuhi kebutuhannya akan informasi setiap individu memiliki caranya masing-masing dalam memenuhi kebutuhan informasinya

Guha (1978) mendefinisikan kebutuhan akan pemenuhan suatu informasi dapat dilihat melalui beberapa pendekatan (dalam Puspitadewi et al., 2016):

1. *Current Need Approach*

Pendekatan ini merupakan suatu pendekatan yang dimana informasi itu selalu *update* yang menjadi pendorong untuk para pengguna media untuk selalu aktif dalam menggunakan media yang mereka gunakan untuk mendapatkan informasi dan dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan dari para pengguna.

2. *Everyday Need Approach*

Pendekatan ini menjelaskan bahwa suatu informasi itu bersifat spesifik dan cepat, yang dimana penekanan disini berada pada pengelolaan informasi yang harus cepat dalam memenuhi kebutuhan pengguna informasi.

3. *Exhaustive Need Approach*

Pendekatan ini mengisyaratkan adanya suatu ketergantungan yang tinggi dari pengguna media akan kebutuhan suatu informasi yang dibutuhkan, kebutuhan ini membuat pengguna merasa ingin suatu informasi yang diharapkan akurat, spesifik, dan lengkap.

4. *Catching Up Need Approach*

Pendekatan ini merupakan penjelasan yang dimana pengguna media membutuhkan suatu informasi yang bersifat sekilas namun memiliki ringkasan dari suatu informasi yang lengkap, yang dimana dengan membaca suatu informasi secara sekilas pengguna mendapatkan suatu gambaran dari suatu informasi yang mereka terima. Pendekatan ini juga menjelaskan bahwa pengguna media membutuhkan informasi yang ringkas namun jelas dalam informasinya dan sesuai dengan kebutuhan informasi yang dibutuhkan.

Pada paparan di atas mengenai indikator pemenuhan kebutuhan informasi yang di jelaskan peneliti ingin mengetahui apakah aplikasi Bandung Sadayana mampu memenuhi kebutuhan informasi masyarakat Kota Bandung secara keseluruhan yang dimana aplikasi ini adalah gabungan dari aplikasi milik Kota Bandung dalam melayani masyarakat dalam mendapat layanan informasi yang berkualitas.

D. *Teori Uses and Gratification.*

Teori ini lebih menekankan kepada pendekatan manusiawi dalam melihat suatu media massa, manusia memiliki otonomi dan wewenang dalam memperlakukan suatu media. seperti dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui pengaruh dari adanya aplikasi bandung sadayana dalam pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat kota bandung dalam mencari dan memenuhi kebutuhannya akan suatu informasi yang ingin didapatkan.

Adapun asumsi dasar teori *uses and gratification* ini menurut Katz, Blumer dan Gurevitch dalam buku Psikologi Komunikasi menjelaskan bahwa asumsi dasar mengenai Teori *Uses and Gratification* (Syafrina, 2022), diantaranya:

1. Audiens aktif, asumsi dasar ini memiliki arti bahwa khalayak sebagai pengguna media memiliki peran penting dan memiliki tujuan.
2. Inisiatif, saat melakukan proses komunikasi melalui media massa, tanggung jawab dalam upaya memenuhi kebutuhan dan pemilihan media ditentukan pada individu dalam audiens itu sendiri
3. Media bersaing, media massa yang selalu bersaing dengan sumber lainnya untuk memenuhi kebutuhan manusia/khalayak, kepuasan yang diberikan media hanya bagian dari berbagai kebutuhan yang luas dan menyeluruh, kepuasan akan informasi dapat dipenuhi melalui konsumsi media yang sangat tergantung kepada perilaku individu dalam audiens.
4. Audiens sadar, memiliki tujuannya masing-masing dalam memilih penggunaan media massa yang dapat disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak. Artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
5. Penilaian isi media ditentukan oleh audiensi.

### III. METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam bentuk studi asosiasi kausal dan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Jenis dari studi kausalitas ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua faktor atau lebih (Sugiyono, 2013). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membangun teori yang dapat membantu dalam menjelaskan, meramalkan, dan mengendalikan fenomena tertentu. Hubungan kausalitas adalah hubungan sebab-akibat di mana satu faktor memengaruhi yang lain (variabel dependen). Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif, yang dikenal dengan ciri-ciri sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas dari tahap perencanaan hingga desain penelitian. Penelitian kuantitatif pada dasarnya melibatkan pengumpulan data, interpretasi data, dan menganalisis hasil dalam bentuk angka. Terdapat juga kemungkinan untuk menyertakan gambar, grafik, atau materi visual lainnya di akhir laporan penelitian ini.

#### B. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala pengukuran data yang dikenal sebagai skala Likert. Skala Likert merupakan alat yang berguna untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi individu terhadap suatu objek atau fenomena tertentu. Variabel penelitian telah diidentifikasi, dan kemudian akan dijelaskan lebih rinci menjadi indikator-indikator penelitian. Indikator-indikator ini, yang berasal dari variabel tersebut, akan digunakan sebagai dasar untuk merancang item-item instrumen, yang bisa berbentuk pertanyaan atau pernyataan

#### C. Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini populasi yang ditetapkan oleh peneliti adalah 11.984 pengguna yang menggunakan aplikasi Bandung Sadayana, data populasi diambil bersumber langsung dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung selaku pemilik aplikasi Bandung Sadaya. Peneliti menentukan pembulatan populasi menjadi 11.000 untuk memudahkan penelitian dalam menentukan jumlah sampelnya.

Berdasarkan populasi yang sudah ditetapkan, peneliti menggunakan rumus Slovin dalam menentukan jumlah sampel yang dapat digunakan dalam penelitian, dengan rumus sebagai berikut.

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

Keterangan:

n: Jumlah sampel yang dicari

N: Jumlah Populasi

e: Nilai presisi (perkiraan tingkat kesalahan)

Nilai presisi atau tingkat kekeliruan sampel yang dapat ditolerir didalam penelitian ini adalah sebesar % atau  $\alpha = 0,1$  dari total jumlah populasi, maka dalam perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{11.000}{1 + 11.000(0,1)^2}$$

$$n = \frac{10.000}{1 + 110}$$

$$n = \frac{11.000}{111}$$

$$n = 99$$

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar dari penggunaan aplikasi Bandung Sadayana ini cukup seimbang antara laki-laki dan perempuan dengan hasil yang didominasi oleh perempuan sebanyak 51.00% responden, dan untuk jumlah responden laki-laki sebanyak 49.50%, dengan rentang usia yang berada dikisaran usia 20 tahun – 30 tahun sebanyak 81.19%, dan berprofesi sebagai pelajar sebanyak 33.66% dan diikuti oleh karyawan swasta sebanyak 21.78%. dari hasil penelitian dapat diketahui sebagai berikut:

- A. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi Bandung Sadayana (X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Kota Bandung (Y).

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada uji t (Parsial) telah diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dengan nilai  $(15.012 > 1.98422)$ . Maka dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Penggunaan Aplikasi Bandung Sadayana berpengaruh positif terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat di Kota Bandung.

- B. Untuk mengetahui pengaruh variabel penggunaan aplikasi Bandung Sadayana (X) secara simultan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Kota Bandung (Y).

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang menggunakan Uji F (simultan) diketahui bahwa hasil  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  dengan nilai  $(225.363 > 3.94)$ , maka dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Penggunaan Aplikasi Bandung Sadayana berpengaruh positif terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota di Kota Bandung.

- C. Untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh aplikasi Bandung Sadayana (X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Kota Bandung (Y).

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana diketahui nilai koefisien regresi X sebesar 1,128 menyatakan bahwa jika penggunaan aplikasi Bandung Sadayana (X) mengalami kenaikan, maka Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 1,128 atau 112,3%, hal ini juga selaras dengan hasil uji koefisiensi korelasi dinyatakan nilai R Square sebesar 0.695 hal ini dapat diartikan bahwa variabel (X) terhadap variabel (Y) memberikan dampak pengaruh secara parsial sebesar 69.5%, oleh karena itu dengan menggunakan Aplikasi Bandung Sadayana dapat meningkatkan persentase Pemenuhan Kebutuhan Informasi bagi masyarakat di Kota Bandung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan konsep teori Uses and Gratification yang menyatakan bahwa khalayak memiliki peran aktif dalam mengendalikan penggunaan media massa, dengan diasumsikan memiliki tujuan tertentu. Dalam konteks masyarakat Kota Bandung, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Bandung Sadayana didasarkan pada kualitas pemenuhan kebutuhan informasi, sesuai dengan pendekatan Current Need, Everyday Need, Exhaustive Need, dan Cathcing Up Need yang dijelaskan oleh Guha (1978) dalam (Wardani et al., 2018). Indikator-indikator ini menjadi dasar untuk menilai kualitas suatu sumber informasi yang dibutuhkan, memengaruhi pengguna untuk memilih dan mendapatkan informasi dari sumber tertentu.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan Dari uji t (parsial), terlihat  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $(15.012 > 1.98422)$ . Kesimpulannya, Aplikasi Bandung Sadayana berpengaruh positif pada pemenuhan kebutuhan informasi Kota Bandung. Uji F (simultan) menunjukkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$   $(225.363 > 3.94)$ . Kesimpulannya, Aplikasi Bandung Sadayana berpengaruh positif pada pemenuhan kebutuhan informasi Kota Bandung. Koefisien korelasi R Square sebesar 0.695. Artinya, variabel (X) terhadap (Y) memberikan dampak pengaruh sebesar 69.5%. Dengan menggunakan Aplikasi Bandung Sadayana, dapat meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi bagi masyarakat di Kota Bandung.

Adapun saran pada penelitian ini antara lain Saran akademis untuk penelitian berikutnya mencakup dua aspek. Pertama, peneliti diharapkan dapat menyelidiki motif yang digunakan oleh pengguna Aplikasi Bandung Sadayana. Kedua, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengadopsi pendekatan kualitatif dengan melibatkan wawancara untuk memperoleh data deskriptif yang lebih mendalam tentang penggunaan Aplikasi Bandung Sadayana. Dan saran praktis pengelola aplikasi Bandung Sadayana diharapkan untuk terus mengembangkan aplikasi Bandung Sadayana ini ke taraf yang lebih baik lagi, karena persentase dalam pemenuhan kebutuhan informasi juga dapat dipengaruhi oleh aplikasi Bandung Sadayana itu sendiri, sehingga masyarakat Kota Bandung dapat mengapresiasi hasil kerja dan jerih payah pemerintah Kota Bandung dalam melayani masyarakatnya

## REFERENSI

- Hadi, I. P. dkk. (2021). *Buku ajar Komunikasi Massa*. [https://repo-dosen.ulm.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/Buku\\_Ajar\\_Komunikasi\\_Bisnis\\_\(ABKA\\_3208-2\\_SKS\).pdf?sequence=1](https://repo-dosen.ulm.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/Buku_Ajar_Komunikasi_Bisnis_(ABKA_3208-2_SKS).pdf?sequence=1)
- Hendriyaldi, H., & Musnaini, M. (2021). Analisis Pengaruh Pelayanan Publik Dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Lingkungan Pemerintahan Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 87–98. <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i01.12531>

- Nugroho, C. (2020). *CYBER SOCIETY Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi* (1st ed.). KENCANA.
- Pandini, I. (2017). *KAJIAN PENGEMBANGAN KOTA BANDUNG DALAM MENGIMPLEMENTASIKAN SMART CITY*. Universitas Gadjah Mada.
- Puspitadewi, I., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2016). Pemanfaatan “Twitter Tmcpoldametro” Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya. *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*, 4(1), 21. <https://doi.org/10.24198/jkip.v4i1.11625>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. In *ALFABETA*, 6(11), 951–952.
- Syafrina, A. E. (2022). KOMUNIKASI MASSA. In R. Kusumawati (Ed.), *NBER Working Papers* (1st ed.). CV.MEGA PRESS NUSANTARA. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Hadi, I. P. dkk. (2021). *Buku ajar Komunikasi Massa*. [https://repo-dosen.ulm.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/Buku Ajar Komunikasi Bisnis \(ABKA 3208- 2 SKS\).pdf?sequence=1](https://repo-dosen.ulm.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/Buku%20Ajar%20Komunikasi%20Bisnis%20(ABKA%203208-2%20SKS).pdf?sequence=1)
- Hendriyadi, H., & Musnaini, M. (2021). Analisis Pengaruh Pelayanan Publik Dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Lingkungan Pemerintahan Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 87–98. <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i01.12531>
- Nugroho, C. (2020). *CYBER SOCIETY Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi* (1st ed.). KENCANA.
- Pandini, I. (2017). *KAJIAN PENGEMBANGAN KOTA BANDUNG DALAM MENGIMPLEMENTASIKAN SMART CITY*. Universitas Gadjah Mada.
- Puspitadewi, I., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2016). Pemanfaatan “Twitter Tmcpoldametro” Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya. *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*, 4(1), 21. <https://doi.org/10.24198/jkip.v4i1.11625>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. In *ALFABETA*, 6(11), 951–952.
- Syafrina, A. E. (2022). KOMUNIKASI MASSA. In R. Kusumawati (Ed.), *NBER Working Papers* (1st ed.). CV.MEGA PRESS NUSANTARA. <http://www.nber.org/papers/w16019>