BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini peneliti akan membahas, menguraikan dan menganalisa hasil penelitian yang dilakukan tentang "Hubungan Daya Tarik Rubrik Otomotif di Harian Umum Galamedia Terhadap Pemenuhan Informasi Anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya"

Data yang terkumpul diperoleh dari hasil penyebaran angket kepada anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya.Angket tersebut disebarkan kepada anggota VAC sebanyak 55 orang yang merupakan hasil dari penarikan sampel dari populasi keseluruhan anggota VAC Bandung Raya dengan mengunakan strata disproporsional sampling. Penyebaran angket telah dilaksanakan mulai tanggal 4 s/d 7 Juni 2011, bertempat di sekretariat *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya Jl.Natuna no 35 Bandung

Agar pembahasan lebih sistematis dan terarah maka peneliti membaginya kedalam empat pembahasan

1. Uji Validitas dan Reliabilitas
2. Analisis Deskriptip Identitas Responden
3. Analisis Deskriptip Hasil Penelitian
4. Pembahasan penelitian

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui item-item pertanyaan dalam angket yang dinilai kurang mendukung penelitian. Suatu skala pengukuran dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur. Untuk mengukur validitas dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji vadilitas pada 15 pertanyaan, terhitung dari pertanyaan 6 sampai dengan pertanyaan 20.

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner, data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner masih bersifat subyektif, oleh karena itu hasil yang diperoleh dari responden perlu diuji tingkat validitas dan reliabilitasnya.

Sugiyono (2004:110) menyatakan bahwa dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan dapat dipertanggung jawabkan. Dengan demikian jawaban responden yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

Validitas bertujuan untuk menguji sejauh mana alat ukur, dalam hal ini kuesioner mengukur apa yang hendak diukur atau sejauh mana alat ukur yang digunakan mengenai sasaran. Semakin tinggi validitas suatu alat tes, maka alat tersebut akan semakin mengenai sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur.

Menurut Sugiyono (2004:124) alat ukur yang digunakan adalah dengan menggunakan rumus teknik korelasi *Rank Spearman,* guna menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total.Pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor tiap item dengan skor total. Teknik analisis yang digunakan adalah koefisien korelasi *Rank Spearman*, yang merupakan analisis korelasi yang berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain dengan tingat presisi atau kesalahan sebesar 10% dan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Tabel Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Item Pertanyaan	Validitas		
		Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Daya tarik (X)	6	0,710	0,300	Valid
	7	0,879	0,300	Valid
	8	0,849	0,300	Valid
	9	0,777	0,300	Valid
	10	0,834	0,300	Valid
	11	0,866	0,300	Valid
	12	0,829	0,300	Valid
Pemenuhan informasi (Y)	13	0,963	0,300	Valid
	14	0,892	0,300	Valid
	15	0,905	0,300	Valid
	16	0,922	0,300	Valid
	17	0,887	0,300	Valid
	18	0,831	0,300	Valid
	19	0,921	0,300	Valid
	20	0,915	0,300	Valid

Sumber : angket penelitian 2011

Dalam suatu penelitian, uji reliabilitas perlu dilakukan untuk mengetahui derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan dari alat ukur yang digunakan.

Reliabilitas dianggap memenuhi syarat jika instrumen pengukuran memenuhi syarat minimum = 0,700. Menurut Husein Umar (2000:2007), mencari

reliabilitas instrumen yang skornya 1-10 atau 0-100.Adapun hasil perhitungan uji reliabilitas *Split-half* untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Tabel Hasil Uji Realibilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Daya Tarik	0,937	0.700	Reliabel
Pemenuhan Informasi	0,939	0.700	Reliabel

Sumber : angket penelitian 2011

4.2 Analisis Deskriptip Identitas Responden

Analisis data deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai objek penelitian berdasarkan data dan variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti. Untuk memudahkan penulis dalam menginterpretasikan hasil penelitian dalam tabel maka penulis mengacu penafsiran data, sebagai berikut:

0% : Tidak seorangpun dari responden
1 – 25% : Sangat sedikit dari responden
26 – 49% : Sebagian kecil / hampir setengah dari responden
50% : Setengah dari responden
51 – 76% : Sebagian besar dari responden
77 – 99% : Hampir seluruh dari responden
100% : Seluruh responden (Arikunto, 2002 : 246)

Jawaban responden atas pertanyaan dan pernyataan yang diajukan dalam angket akan ditampilkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi. Data responden tersebut dikelompokkan berdasarkan beberapa hal, diantaranya jenis kelamin, usia, pendidikan dan data lain dengan kelifikasi pada halam berikut.

Tabel 4.3
Jenis Kelamin
n=55

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	44	80.0
Perempuan	11	20.0
Total	**55**	**100**

Sumber : angket penelitian 2011.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa, mayoritas responden adalah laki-laki sebanyak 40 orang atau 80.0% sedangkan yang paling sedikit adalah perempuan sebanyak 11 orang atau 20.0%.

Tabel 4.4
Usia
n=55

Usia	Frekuensi	Persentase
< 20 tahun	6	10.9
20 – 25 tahun	12	21.8
26 – 30 tahun	19	34.5
> 30 tahun	18	32.7
Total	**55**	**100**

Sumber : angket penelitian 2011.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa, mayoritas responden berusia 26 – 30 tahunsebanyak 19 orang atau 34.5% sedangkan yang paling sedikit berusia < 20 tahunsebanyak 6 orang atau 10.9%.

Tabel 4.5
Pendidikan
n=55

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SLTP	2	3.6
SLTA	9	16.4
Diploma	12	21.8
Sarjana	32	58.2
Lain-lain	0	0.0
Total	**55**	**100**

Sumber : angket penelitian 2011

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa, mayoritas responden berpendidikan sarjana sebanyak 32 orang atau 58.2% sedangkan yang paling sedikit berpendidikan SLTP sebanyak 2 orang atau 3.6%.

Tabel 4.6
Frekuensi Pembaca HU Galamedia
n=55

Apakah anda pernah membaca Harian Umum Galamedia	Frekuensi	Persentase
Ya	55	100.0
Tidak	0	0.0
Total	**55**	**100**

Sumber : angket penelitian 2011

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa, mayoritas responden pernah membaca harian umum galamediasebanyak 55 orang atau 100.0%

Tabel 4.7
Frekuensi Pembaca Rubrik Otomotif HU Galamedia
n=55

Apakah anda pernah membaca rubrik otomotif di Harian Umum Galamedia	Frekuensi	Persentase
Ya	55	100.0
Tidak	0	0.0
Total	**55**	**100**

Sumber : angket penelitian 2011

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa, mayoritas responden pernah membaca rubrik otomotif di harian umum galamedia sebanyak 55 orang atau 100.0%.

4.3 Analisis Deskriptif Hasil Penelitian

Teknik analisis deskriptif bertujuan untuk menjelaskan mengenai keseluruhan data yang dikumpulkan dengan memaparkan, mengelompokkan, dan mengklasifikasikan ke dalam tabel yang kemudian diberi penjelasan satu persatu. Data penelitian ini diperoleh peneliti dari jawaban responden atas sejumlah pertayaan. Jawaban-jawaban responden dari pertanyaan di dalam angket mendukung penelitian, dan setiap jawaban yang dipilih responden diberi nilai antara satu (1) sampai dengan lima (5) yang kemudian dikumulatifkan. Setelah mendapatkan nilai total dari jawaban responden, peneliti akan membagi menjadi tiga kategori yaitu baik, cukup, dan kurang. Setelah mengkategorikan setiap indikator kemudian akan diintepretasikan oleh peneliti menurut referensi.

4.3.1 Analisis Daya Tarik(X)

Untuk mengetahui bagaimana Daya Tarik(X).maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 7 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut (J.Supranto, Statistik Teori dan Aplikasi, Jilid 1, Edisi ke 6, Erlangga, Jakarta, Hal 64) :

$c = \frac{X_n - X_n}{k}$, dimana

c = panjang interval kelas

X_n = Nilai terbesar

X_1 = Nilai terkecil

k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (Tinggi-Sedang-Rendah)

Penjumlahan 7 item pernyataan Daya Tarik(X) diperoleh nilai terbesar 35 dan nilai terkecil 16. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan berikut:

$$c = \frac{35-16}{3} = 6,33$$

Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan batas-batas kategori untuk Daya Tarik(X) disajikan sebagai berikut:

Jumlah skor 16,00 - 22,32 : Kurang

Jumlah skor 22,33 - 28,66 : Cukup

Jumlah skor 28,67 - 35.00 : Baik

Setelah skor total untuk semua responden diketagorikan, maka diperoleh frekuensi pengkategorian sebagai berikut:

Tabel 4.8
Daya tarik (X)
n=55

Kategori	Frekuensi	Persentase
Tinggi	28	50.9
Sedang	14	25.5
Rendah	13	23.6
Total	**55**	100

Sumber : angket penelitian 2011

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden tentang Daya Tarik (X) adalah tinggi, dengan jumlah responden sebanyak 28 orang (50.9%), dan paling sedikit menyatakan rendah sebanyak 13orang (23.6%)

Dalam Kamus Komunikasi, Onong Uchjana Effendy menuliskan, “Daya tarik adalah kekuatan atau penampilan komunikator yang dapat memikat

perhatian, sehingga seseorang mampu untuk mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi" (Effendy, 1989: 18).

Jadi dengan demikian Rubrik Otomotif di HU Galamedia memiliki kekuatan atau penampilan berita yang menarik dan mampu memikat perhatian anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya untuk membacanya, sehingga tanggapan responden tentang daya tarik rubrik otomotif di HU Galamedia tinggi.

4.3.1.1 Isi Pesan (X_1)

Untuk mengetahui bagaimana Tanggapan Responden Tentang Isi Pesan(X_1). maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 4 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut (J.Supranto, Statistik Teori dan Aplikasi, Jilid 1, Edisi ke 6, Erlangga, Jakarta, Hal 64) :

$c = \frac{X_n - X_n}{k}$, dimana

c = panjang interval kelas

X_n = Nilai terbesar

X_1 = Nilai terkecil

k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (Tinggi-Sedang-Rendah)

Penjumlahan 4 item pernyataan Isi Pesan(X_1) diperoleh nilai terbesar 20 dan nilai terkecil 9. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan berikut:

$$c = \frac{20 - 9}{3} = 3,67$$

Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan batas-batas kategori untuk Isi Pesan(X_1)disajikan sebagai berikut:

Jumlah skor 9,00 - 12,66 : Kurang

Jumlah skor 12,67 - 16,33 : Cukup

Jumlah skor 16,34 - 20.00 : Baik

Setelah skor total untuk semua responden diketagorikan, maka diperoleh frekuensi pengkategorian sebagai berikut:

Tabel 4.9
Responden isi pesan (X_1)
n=55

Kategori	Frekuensi	Persentase
Tinggi	25	45.5
Sedang	17	30.9
Rendah	13	23.6
Total	**55**	100

Sumber : angket penelitian 2011

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden tentang Isi Pesan (X_1) adalah tinggi, dengan jumlah responden sebanyak 25 orang (45.5%), dan paling sedikit menyatakan rendah sebanyak 13 orang (23.6%)

Jadi Isi pesan yang terdapat dalam rubrik HU Galamedia berusaha untuk menarik perhatian pembaca dengan mengangkat topik yang menarik, dan dipadukan dengan gambar serta wacana yang membahas suatu permasalahan mengenai perkembangan otomotif, maka dari itu isi pesan yang terdapat dalam rubrik otomotif HU Galamedia memiliki tanggapan yang tinggi dari anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya.

Tabel 4.10
Jelas
n=55

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Jelas	21	38.2
Jelas	26	47.3
Cukup Jelas	4	7.3
Tidak Jelas	4	7.3
Sangat Tidak Jelas	0	0.0
Total	**55**	**100**

Sumber : angket penelitian 2011

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan jelas sebanyak 26 orang atau 47.3% sedangkan yang paling sedikit sebanyak 4 orang atau 7.3% menyatakan cukup jelas dan tidak jelas.

Jadi tanggapan aggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya mengenai kejelasan isi pesan rubrik otomotif HU Galamedia adalah jelas karena pesan berita yang dimuat dalam rubrik otomotif di HU Galamedia mudah di cerna dengan baik serta mampu di pahami dalam penyampaian pesan dalam setiap kalimatnya.

Tabel 4.11
Lengkap
n=55

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Lengkap	11	20.0
Lengkap	29	52.7
Cukup Lengkap	11	20.0
Tidak Lengkap	4	7.3
Sangat Tidak Lengkap	0	0.0
Total	**55**	**100**

Sumber : angket penelitian 2011

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan lengkap sebanyak 29 orang atau 52.7% sedangkan yang paling sedikit sebanyak 4 orang atau 7.3% menyatakan tidak lengkap.

Mayoritas reponden yakni Anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya, yang menyatakan bahwa pesan yang terdapat pada pemberitaan rubrik HU Galamedia lengkap karena informasi yang mereka butuhkan terdapat pada rubrik tersebut.

Tabel 4.12
Akurat
n=55

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Akurat	17	30.9
Akurat	20	36.4
Cukup Akurat	7	12.7
Tidak Akurat	11	20.0
Sangat Tidak Akurat	0	0.0
Total	**55**	**100**

Sumber : angket penelitian 2011

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan akurat sebanyak 20 orang atau 36.4% sedangkan yang paling sedikit sebanyak 7 orang atau 12.7% menyatakan cukup akurat.

Mayoritas reponden yakni Anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya, yang menyatakan bahwa keakuratan pesan yang terdapat pada pemberitaan rubrik HU Galamedia akurat karena keakuratan pesan itu bisa di sebut akurat bila di dalam isi pesan itu terdapat kejelasan isi pesan serta berita yang di muat dalam rubrik otomotif tersebut dapat dipercaya dan bermanfaat.

Tabel 4.13
Relevan
n=55

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Relevan	11	20.0
Relevan	24	43.6
Cukup Relevan	10	18.2
Tidak Relevan	10	18.2
Sangat Tidak Relevan	0	0.0
Total	**55**	**100**

Sumber : angket penelitian 2011

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan relevan sebanyak 24orang atau 43.6% sedangkan yang paling sedikit sebanyak 10 orang atau 18.2% menyatakan cukup relevan dan tidak relevan.

Mayoritas reponden yakni Anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya, yang menyatakan bahwa pesan yang terdapat pada pemberitaan rubrik HU Galamedia relevan karena berita otomotif yang di sajikan sangat berkaitan atau sesuai dengan kebutuhan anggota VAC sebagai insan otomotif.

4.3.1.2 Tampilan Visual (X_2)

Untuk mengetahui bagaimana Tanggapan Responden Tentang Tampilan Visual(X_2). maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 3 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut (J.Supranto, Statistik Teori dan Aplikasi, Jilid 1, Edisi ke 6, Erlangga, Jakarta, Hal 64) :

$c = \frac{X_n - X_n}{k}$, dimana

c = panjang interval kelas

X_n = Nilai terbesar

X_1 = Nilai terkecil

k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (Tinggi-Sedang-Rendah)

Penjumlahan 3 item pernyataan Tampilan Visual(X_2) diperoleh nilai terbesar 15 dan nilai terkecil 6. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan berikut:

$$c = \frac{15-6}{3} = 3,00$$

Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan batas-batas kategori untuk Tampilan Visual(X_2) disajikan sebagai berikut:

Jumlah skor 6,00 - 8,99 : Kurang

Jumlah skor 9,00 - 11,99 : Cukup

Jumlah skor 12,00 - 15,00 : Baik

Setelah skor total untuk semua responden diketagorikan, maka diperoleh frekuensi pengkategorian sebagai berikut:

Tabel 4.14
Tampilan visual (X_2)
n=55

Kategori	Frekuensi	Persentase
Tinggi	37	67.3
Sedang	4	7.3
Rendah	14	25.5
Total	**55**	100

Sumber : angket penelitian 2011

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden tentang Tampilan Visual (X_2) adalah tinggi, dengan jumlah responden sebanyak 37orang (67.3%), dan paling sedikit menyatakan sedang sebanyak 4 orang (7.3%)

Mayoritas reponden yakni Anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya, yang menyatakan bahwa tampilan visual yang terdapat pada rubrik otomotif HU Galamedia tinggi karena dilihat dari kualitas foto gambar serta warna gambar yang ada terdapat pada rubric tersebut dapat menarik perhatian pembaca sehingga dinilai tepat.

Tabel 4.15
Layout
n=55

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tepat	12	21.8
Tepat	27	49.1
Cukup Tepat	9	16.4
Tidak Tepat	7	12.7
Sangat Tidak Tepat	0	0.0
Total	**55**	**100**

Sumber : angket penelitian 2011

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan tepat sebanyak 27orang atau 49.1% sedangkan yang paling sedikit sebanyak 7 orang atau 12.7% menyatakan tidak tepat.

Mayoritas reponden yakni Anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya, yang menyatakan bahwa *layout* yang terdapat dalam rubrik otomotif HU Galamedia tepat karena dinilai dari penempatan tata letak gambar serta tata letak penulisan berita yang terdapat pada rubrik tersebut mampu menjadi daya tarik pembaca untuk membacanya, maka dari itu dinilai tepat.

Tabel 4.16
Huruf & bahasa yang digunakan
n=55

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Jelas	13	23.6
Jelas	27	49.1
Cukup Jelas	8	14.5
Tidak Jelas	7	12.7
Sangat Tidak Jelas	0	0.0
Total	**55**	**100**

Sumber : angket penelitian 2011

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan jelas sebanyak 27 orang atau 49.1% sedangkan yang paling sedikit sebanyak 7 orang atau 12.7% menyatakan sangat tidak jelas.

Mayoritas reponden yakni Anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya, yang menyatakan bahwa huruf dan bahasa yang digunakan dalam rubrik otomotif HU Galamedia jelas karena dinilai bahwa tulisan atau isi kalimat berita yang ada dalam rubrik tersebut mampu di cerna dan mudah di mengerti oleh pembaca.

Tabel 4.17
Komposisi Warna
n=55

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Menarik	9	16.4
Menarik	27	49.1
Cukup Menarik	6	10.9
Tidak Menarik	13	23.6
Sangat Tidak Menarik	0	0.0
Total	**55**	**100**

Sumber : angket penelitian 2011

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan menarik sebanyak 27 orang atau 49.1% sedangkan yang paling sedikit sebanyak 6 orang atau 10.9% menyatakan cukup menarik.

Mayoritas reponden yakni Anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya, yang menyatakan bahwa komposisi warna yang terdapat dalam rubrik otomotif HU Galamedia menarik karena dapat dilihat dari kualitas setiap gambar yang di tampilkan pada rubrik tersebut terdapat tampilan warna yang jelas sehingga mampu menarik perhatian.

4.3.2 Pemenuhan informasi (Y)

Untuk mengetahui bagaimana Tanggapan Responden Tentang Pemenuhan informasi(Y). maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 8 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut (J.Supranto, Statistik Teori dan Aplikasi, Jilid 1, Edisi ke 6, Erlangga, Jakarta, Hal 64) :

$c = \frac{X_n - X_n}{k}$, dimana

c = panjang interval kelas

X_n = Nilai terbesar

X_1 = Nilai terkecil

k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (Tinggi-Sedang-Rendah)

Penjumlahan 8 item pernyataan Pemenuhan informasi (Y) diperoleh nilai terbesar 38 dan nilai terkecil 18. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan berikut:

$$c = \frac{38-18}{3} = 6,67$$

Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan batas-batas kategori untuk Pemenuhan informasi (Y) disajikan sebagai berikut:

Jumlah skor 18,00 - 24,66 : Kurang

Jumlah skor 24,67 - 31,32 : Cukup

Jumlah skor 31,33 - 38,00 : Baik

Setelah skor total untuk semua responden diketagorikan, maka diperoleh frekuensi pengkategorian sebagai berikut:

Tabel 4.18
Pemenuhan informasi (Y)
n=55

Kategori	Frekuensi	Persentase
Tinggi	35	63.6
Sedang	7	12.7
Rendah	13	23.6
Total	**55**	100

Sumber : angket penelitian 2011

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden tentang Pemenuhan informasi (Y) adalah tinggi, dengan jumlah responden sebanyak 35orang (63.6%), dan paling sedikit menyatakan sedang sebanyak 7 orang (12.7%).

Mayoritas reponden yakni Anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya, yang menyatakan bahwa pemberitan untuk pemenuhan informasi angota

VAC Bandung Raya, yang terdapat dalam rubrik otomotif di HU Galamedia tinggi, karena dilihat dari pengetahuan yang di miliki setiap anggota VAC menjadi bertambah dengan adanya pemberitaan yang terdapat dalam rubrik otomotif HU Galamedia.

4.3.2.1 Pengetahuan (Y_1)

Untuk mengetahui bagaimana Tanggapan Responden Tentang Pengetahuan (Y_1). maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 2 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut (J.Supranto, Statistik Teori dan Aplikasi, Jilid 1, Edisi ke 6, Erlangga, Jakarta, Hal 64) :

$c = \frac{X_n - X_n}{k}$, dimana

c = panjang interval kelas

X_n = Nilai terbesar

X_1 = Nilai terkecil

k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (Tinggi-Sedang-Rendah)

Penjumlahan 2 item pernyataan Pengetahuan (Y_1) diperoleh nilai terbesar 10 dan nilai terkecil 4. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan berikut:

$$c = \frac{10-4}{3} = 2,00$$

Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan batas-batas kategori untuk Pengetahuan (Y_1)disajikan sebagai berikut:

Jumlah skor 4,00 - 5,99 : Kurang

Jumlah skor 6,00 - 7,99 : Cukup

Jumlah skor 8,00 - 10.00 : Baik

Setelah skor total untuk semua responden diketagorikan, maka diperoleh frekuensi pengkategorian sebagai berikut:

Tabel 4.19
Pengetahuan (Y_1)
n=55

Kategori	Frekuensi	Persentase
Tinggi	38	69.1
Sedang	8	14.5
Rendah	9	16.4
Total	**55**	100

Sumber : angket penelitian 2011

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden tentang Pengetahuan (Y_1) adalah tinggi, dengan jumlah responden sebanyak 38 orang (69.1%), dan paling sedikit menyatakan sedang sebanyak 8 orang (14.5%)

Mayoritas reponden yakni Anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya, yang menyatakan bahwa pengetahuan anggota VAC Bandung Raya tentang dunia otomotif tinggi, karena isi pesan atau berita yang terdapat dalam rubrik otomotif HU Galamedia mampu menambah wawasan yang semulanya tidak mengetahui menjadi tahu mengenai perkembangan seputar otomotif.

Tabel 4.20
Kepuasan Setelah Mendapat Informasi
n=55

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Puas	15	27.3
Puas	23	41.8
Cukup Puas	11	20.0
Tidak Puas	6	10.9
Sangat Tidak Puas	0	0.0
Total	**55**	**100**

Sumber : angket penelitian 2011

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan puas sebanyak 23orang atau 41.8% sedangkan yang paling sedikit sebanyak 6 orang atau 10.9% menyatakan tidak puas.

Mayoritas reponden yakni Anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya, yang menyatakan bahwa kepuasan mereka setelah mendapat informasi yang terdapat dalam rubrik HU Galamedia puas, karena apa yang mereka cari pada rubrik tersebut sudah ada serta mampu membuat pengetahuan mereka bertambah dan menikmati dengan adanya rubrik tersebut.

Tabel 4.21
Peningkatan Pengetahuan
n=55

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Meningkat	7	12.7
Meningkat	33	60.0
Cukup Meningkat	10	18.2
Tidak Meningkat	5	9.1
Sangat Tidak Meningkat	0	0.0
Total	**55**	**100**

Sumber : angket penelitian 2011

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan meningkat sebanyak 33 orang atau 60.0% sedangkan yang paling sedikit sebanyak 5 orang atau 9.1% menyatakan tidak meningkat.

Mayoritas reponden yakni Anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya, yang menyatakan bahwa peningkatan pengetahuan setelah membaca rubrik otomotif di HU Galamedia menjadi meningkat, karena isi berita yang terdapat pada rubrik tersebut selalu menampilkan perkembangan seputar otomotif yang *up to date* sehingga wawasan anggota mengenai perkembangan otomotif menjadi meningkat.

4.3.2.2 Hiburan(Y_2)

Untuk mengetahui bagaimana Tanggapan Responden Tentang Hiburan (Y_2). maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 2 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut (J.Supranto, Statistik Teori dan Aplikasi, Jilid 1, Edisi ke 6, Erlangga, Jakarta, Hal 64) :

$c = \frac{X_n - X_n}{k}$, dimana

c = panjang interval kelas

X_n = Nilai terbesar

X_1 = Nilai terkecil

k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (Tinggi-Sedang-Rendah)

Penjumlahan 2 item pernyataan Hiburan (Y_2) diperoleh nilai terbesar 10 dan nilai terkecil 4. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan berikut:

$$c = \frac{10-4}{3} = 2,00$$

Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan batas-batas kategori untuk Hiburan (Y_2) disajikan sebagai berikut:

Jumlah skor 4,00 - 5,99 : Kurang

Jumlah skor 6,00 - 7,99 : Cukup

Jumlah skor 8,00 - 10.00 : Baik

Setelah skor total untuk semua responden diketagorikan, maka diperoleh frekuensi pengkategorian sebagai berikut:

Tabel 4.22
Hiburan (Y_2)
n=55

Kategori	Frekuensi	Persentase
Tinggi	38	69.1
Sedang	2	3.6
Rendah	15	27.3
Total	**55**	100

Sumber : angket penelitian 2011

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden tentang Hiburan (Y_2) adalah tinggi, dengan jumlah responden sebanyak 38 orang (69.1%), dan paling sedikit menyatakan sedang sebanyak 2 orang (3.6%).

Mayoritas reponden yakni Anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya, yang beranggapan bahwa dengan adanya rubrik otomotif di HU Galamedia yang isi beritanya mengenai perkembangan informasi seputar dunia otomotif

membuat anggota VAC Bandung Raya terhibur, karena mereka merasa, bahwa informasi yang terdapat dalam rubrik otomotif HU Galamedia *relevan* dengan identitas mereka sebagai sebuah komunitas otomotif.

Tabel 4.23
Mampu Mengurangi Kejenuhan
n=55

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Mampu	13	23.6
Mampu	27	49.1
Cukup Mampu	8	14.5
Tidak Mampu	7	12.7
Sangat Tidak Mampu	0	0.0
Total	**55**	**100**

Sumber : angket penelitian 2011

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan mampu sebanyak 27orang atau 49.1% sedangkan yang paling sedikit sebanyak 7 orang atau 12.7% menyatakan tidak mampu.

Mayoritas reponden yakni Anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya, yang beranggapan bahwa dengan adanya rubrik otomotif di HU Galamedia yang berisi mengenai perkembangan informasi seputar dunia otomotif serta setelah membacanya anggota VAC Bandung Raya mampu mengurangi kejenuhan, kerena informasi yang terdapat dalam rubrik tersebut mampu mengisi waktu yang luang dikala tidak melakukan aktifitas.

Tabel 4.24
Menjadi Santai
n=55

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Santai	14	25.5
Santai	24	43.6
Cukup Santai	6	10.9
Tidak Santai	11	20.0
Sangat Tidak Santai	0	0.0
Total	**55**	**100**

Sumber : angket penelitian 2011

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan santai sebanyak 24 orang atau 43.6% sedangkan yang paling sedikit sebanyak 6 orang atau 10.9% menyatakan cukup santai.

Mayoritas reponden yakni Anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya, yang beranggapan bahwa dengan adanya rubrik otomotif di HU Galamedia yang berisi mengenai perkembangan informasi seputar dunia otomotif menyatakan menjadi santai ketika membaca rubrik tersebut, karena dengan adanya informasi yang sesuai dengan hobinya, mereka merasa nyaman dan menikmati informasi tersebut.

4.3.2.3 Kepentingan Sosial (Y_3)

Untuk mengetahui bagaimana Tanggapan Responden Tentang Kepentingan Sosial (Y_3). maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 2 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut (J.Supranto, Statistik Teori dan Aplikasi, Jilid 1, Edisi ke 6, Erlangga, Jakarta, Hal 64) :

$$c = \frac{X_n - X_n}{k}$$, dimana

c = panjang interval kelas

X_n = Nilai terbesar

X_1 = Nilai terkecil

k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (Tinggi-Sedang-Rendah)

Penjumlahan 2 item pernyataan Kepentingan Sosial (Y_3) diperoleh nilai terbesar 10 dan nilai terkecil 4. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan berikut:

$$c = \frac{10-4}{3} = 2,00$$

Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan batas-batas kategori untuk Kepentingan Sosial (Y_3)disajikan sebagai berikut:

Jumlah skor 4,00 - 5,99 : Kurang

Jumlah skor 6,00 - 7,99 : Cukup

Jumlah skor 8,00 - 10.00 : Baik

Setelah skor total untuk semua responden diketagorikan, maka diperoleh frekuensi pengkategorian sebagai berikut:

Tabel 4.25
Kepentingan sosial (Y_3)
n=55

Kategori	Frekuensi	Persentase
Tinggi	37	67.3
Sedang	13	23.6
Rendah	5	9.1
Total	**55**	100

Sumber : angket penelitian 2011

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden tentang Kepentingan Sosial (Y_3) adalah tinggi, dengan jumlah responden sebanyak 37 orang (67.3%), dan paling sedikit menyatakan rendah sebanyak 5 orang (9.1%)

Mayoritas reponden yakni Anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya, yang beranggapan bahwa dengan adanya rubrik otomotif di HU Galamedia yang berisi mengenai perkembangan informasi seputar dunia otomotif. Menyatakan bahwa mereka memiliki kepentingan sosial yang tinggi, karena di balik semua itu selain menambah wawasan mengenai otomotif, merekapun membutuhkan hubungan sosial dengan pihak di luar komunitasnya seperti dengan klub otomotif lainnya.

Tabel 4.26
Memperkuat Hubungan
n=55

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Mampu	7	12.7
Mampu	28	50.9
Cukup Mampu	13	23.6
Tidak Mampu	7	12.7
Sangat Tidak Mampu	0	0.0
Total	**55**	**100**

Sumber : angket penelitian 2011

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan mampu sebanyak 28orang atau 50.9% sedangkan yang paling sedikit sebanyak 7 orang atau 12.% menyatakan sangat mampu dan tidak mampu.

Mayoritas reponden yakni Anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya, yang beranggapan bahwa dengan adanya rubrik otomotif di HU Galamedia yang berisi mengenai perkembangan informasi seputar dunia otomotif

menyatakan, bahwa mereka mampu memperkuat hubungan karena setelah membaca rubrik tersebut, anggota VAC Bandung raya memiliki pengetahuan dan mampu untuk berkomunikasi bertukar fikiran mengenai otomotif dengan anggota lain ataupun di luar anggota, yang tentunya bertujuan untuk memperkuat hubungan yang baik.

Tabel 4.27
Kesamaan Landasan
n=55

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Mampu	14	25.5
Mampu	30	54.5
Cukup Mampu	10	18.2
Tidak Mampu	1	1.8
Sangat Tidak Mampu	0	0.0
Total	**55**	**100**

Sumber : angket penelitian 2011

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan mampu sebanyak 30 orang atau 54.5% sedangkan yang paling sedikit sebanyak 1 orang atau 1.8% menyatakan tidak mampu.

Mayoritas reponden yakni Anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya, yang beranggapan bahwa dengan adanya rubrik otomotif di HU Galamedia yang berisi mengenai perkembangan informasi seputar dunia otomotif menyatakan bahwa setelah membaca rubrik tersebut, anggota VAC Bandung Raya mampu menyamakan landasan dalam berfikir mengenai dunia otomotif.

4.3.2.4 Pelarian(Y_4)

Untuk mengetahui bagaimana Tanggapan Responden Tentang Pelarian (Y_4). maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 2 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai

berikut (J.Supranto, Statistik Teori dan Aplikasi, Jilid 1, Edisi ke 6, Erlangga, Jakarta, Hal 64) :

$c = \frac{X_n - X_n}{k}$, dimana

c = panjang interval kelas

X_n = Nilai terbesar

X_1 = Nilai terkecil

k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (Tinggi-Sedang-Rendah)

Penjumlahan 2 item pernyataan Pelarian (Y_4) diperoleh nilai terbesar 10 dan nilai terkecil 4. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan berikut:

$$c = \frac{10-4}{3} = 2,00$$

Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan batas-batas kategori untuk Pelarian (Y_4) disajikan sebagai berikut:

Jumlah skor 4,00 - 5,99 : Kurang

Jumlah skor 6,00 - 7,99 : Cukup

Jumlah skor 8,00 - 10.00 : Baik

Setelah skor total untuk semua responden diketagorikan, maka diperoleh frekuensi pengkategorian sebagai berikut:

Tabel 4.28
Pelarian (Y_4)
n=55

Kategori	Frekuensi	Persentase
Tinggi	41	74.5
Sedang	9	16.4
Rendah	5	9.1
Total	**55**	100

Sumber : angket penelitian 2011

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden tentang Pelarian (Y_4) adalah tinggi, dengan jumlah responden sebanyak 41orang (74.5%), dan paling sedikit menyatakan rendah sebanyak 5 orang (9.1%).

Mayoritas reponden yakni Anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya, yang beranggapan bahwa dengan adanya rubrik otomotif di HU Galamedia yang berisi mengenai perkembangan informasi seputar dunia otomotif menyatakan, bahwa anggota VAC Bandung Raya dengan membaca rubrik tersebut mampu menghindari permasalahan mengenai otomotif.

Tabel 4.29
Mengatasi rintangan
n=55

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Mampu	17	30.9
Mampu	26	47.3
Cukup Mampu	9	16.4
Tidak Mampu	3	5.5
Sangat Tidak Mampu	0	0.0
Total	**55**	**100**

Sumber : angket penelitian 2011

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan mampu sebanyak 26 orang atau 47.3% sedangkan yang paling sedikit sebanyak 3 orang atau 5.5% menyatakan tidak mampu.

Mayoritas reponden yakni Anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya, yang beranggapan bahwa dengan adanya rubrik otomotif di HU Galamedia yang berisi mengenai perkembangan informasi seputar dunia otomotif menyatakan, bahwa setelah membaca rubrik tersebut, anggota VAC Bandung Raya mampu mengatasi rintangan dalam beraktifitas otomotif.

Tabel 4.30
Menghindari aktivitas lain
n=55

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Mampu	14	25.5
Mampu	28	50.9
Cukup Mampu	8	14.5
Tidak Mampu	5	9.1
Sangat Tidak Mampu	0	0.0
Total	**55**	**100**

Sumber : angket penelitian 2011

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan mampu sebanyak 28 orang atau 50.9% sedangkan yang paling sedikit sebanyak 5 orang atau 9.1% menyatakan tidak mampu.

Mayoritas reponden yakni Anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya, yang beranggapan bahwa dengan adanya rubrik otomotif di HU Galamedia yang berisi mengenai perkembangan informasi seputar dunia otomotif menyatakan, bahwa dengan membaca rubrik tersebut, anggota VAC Bandung Raya mampu menghindari aktifitas lain demi mendapatkan informasi yang lebih.

4.4 Analisis Korelasi *Rank Spearman*

4.4.1 Hubungan antara Daya Tarik(X) dengan Pemenuhan Informasi(Y)

Uutuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Pemenuhan Informasi (Y), maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis:

Ho : Tidak terdapat hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Pemenuhan Informasi (Y).

H1 : Terdapat hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Pemenuhan Informasi (Y).

Dengan kriteria penolakan hipotesis:

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan H_1 diterima

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan H_1 ditolak

Taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ dan dk = n-2

Nilai perhitungan korelasi *Rank Spearman* kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.31
Hubungan Antara Daya Tarik (X) dengan Pemenuhan Informasi (Y)

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Kekuatan hubungan	KD	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X – Y	0.783	Kuat	61.26	9.154	2.006	Terdapat hubungan yang Signifikan

(Sumber: analisis penelitian 2011)

Besarnya koefisien korelasi Rank Spearman antara Daya Tarik (X) dengan Pemenuhan Informasi (Y) individu sebesar 0.783. Nilai korelasi sebesar itu

menunjukkan bahwa kuatnya hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Pemenuhan Informasi (Y) tergolong hubungan yang kuat.Dengan nilai t hitung sebesar (9.154>t tabel 2.006), maka disimpulkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara Daya Tarik (X) dengan Pemenuhan Informasi (Y).

Setelah diketahui adanya hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Pemenuhan Informasi (Y), maka besarnya hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Pemenuhan Informasi (Y)dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi.

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

$KD = 0.783^2 \times 100\%$

$= 61.26\%$

Dari rumus di atas dapat kita ketahui besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 61.26%. **Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 61.26% perubahan-perubahan Pemenuhan Informasi(Y) terhadap responden disebabkan oleh Daya Tarik (X). Sedangkan sisanya sebesar 38,74 % perubahan yang terjadi Pemenuhan Informasi (Y) terhadap responden disebabkan oleh faktor lain**.

> Effendy (1993) mengemukakan bahwa : "Pendekatan *Uses and Gratification* menempatkan manusia sebagai khalayak yang bersifat aktif dalam menghadapi terpaan pesan melalui media. Pesan yang diterima oleh khalayak, diolah sesuai bidang pengalaman yang dimiliki masing-masing khalayak dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Pendekatan ini pertama kali dikemukakan oleh Elihu Katz pada tahun 1959 melalui hasil penelitian yang menunjukan bahwa orang yang berbeda dapat menggunakan pesan komunikasi massa yang sama untuk kegunaan yang berbeda-beda". (Effendy, 1993 : 289).

Sedangkan Kebutuhan melalui media massa dapat dipenuhi melalui surat kabar, radio, televisi, film baik dalam isinya maupun melalui gaya terpaan (*exposure*) serta konteks sosial dimana terpaan berlangsung. Model ini ditutup dengan pemuasan khalayak melalui pemanfaatan atau fungsi media sebagai pengamatan lingkungan, diversi dan hiburan, sebagai peneguhan identitas personal maupun penghubung sosial.

Jadi dari hasil di atas peneliti menyimpulkan bahwa hubungan daya tarik yang terdapat pada rubrik otomotif di HU Galamedia mampu memenuhi kebutuhan informasi anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya mengenai otomotif sebesar 61,26%, dimana anggota VAC sendiri lah yang lebih selektif serta aktif dalam menerima terpaan informasi yang ada sedangkan sisanya sebesar 38,74% pemenuhan anggota VAC dipengaruhi oleh kegiatan lain di luar rubrik otomotif HU Galamedia.

4.4.1.1 Hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pemenuhan informasi (Y)

Uutuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pemenuhan informasi (Y), maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis:

Ho : Tidak terdapat hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pemenuhan informasi (Y).

H1 : Terdapat hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pemenuhan informasi (Y).

Dengan kriteria penolakan hipotesis:

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan H_1 diterima

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan H_1 ditolak

Taraf signifikansi α = 5% dan dk = n-2

Nilai perhitungan korelasi *Rank Spearman* kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.32
Hubungan Antara Isi Pesan (X_1) dengan Pemenuhan informasi (Y)

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Kekuatan hubungan	KD	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X1 – Y	0.700	Sedang	48.97	7.132	2.006	Terdapat hubungan yang Signifikan

(Sumber: analisis penelitian 2011)

Besarnya koefisien korelasi Rank Spearman antara Isi Pesan (X_1) dengan Pemenuhan informasi (Y) individu sebesar 0.700. Nilai korelasi sebesar itu menunjukkan bahwa kuatnya hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pemenuhan informasi (Y) tergolong hubungan yang sedang.Dengan nilai t hitung sebesar (7.132> t tabel 2.006), maka disimpulkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pemenuhan informasi (Y).

Setelah diketahui adanya hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pemenuhan informasi (Y), maka besarnya hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pemenuhan informasi (Y)dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi.

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

$KD = 0.700^2 \times 100\%$

$= 48.97\%$

Dari rumus di atas dapat kita ketahui besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 48.97%. **Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 48.97% perubahan-perubahan Pemenuhan informasi (Y) terhadap responden disebabkan oleh Isi Pesan (X_1). Sedangkan sisanya sebesar 51,03 % perubahan yang terjadi pada Pemenuhan informasi (Y) terhadap responden disebabkan oleh faktor lain**.

Berdasarkan bersarnya koefisien determinasi mengenai perubahan pemenuhan informasi terhadap anggota *Vespa Antique Club* (VAC) sebesar 48.97% tersebut disebabkan oleh kejelasan isi pesan yang menurut pendapat Siregar dan Pasaribu bahwa isi pesan itu ingin menarik harus memiliki kejelasan isi, lengkap, aktua dan relevan .(Siregar dan Pasaribu,2000:119). Berdasarkan hasil nilai koefisien determinasi sebesar itu, menunjukan bahwa terdapat hubungan yang sedang dan signifikan antara isi pesan dan pemenuhan informasi anggota VAC Bandung Raya. Sedangkan perubahan pemenuhan informasi lainnya sebesar 51,03% dipengaruhi oleh faktor di luar dari isi pesan yang terdapat pada rubrik otomotif HU Galamedia.

4.4.1.2 Hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Pemenuhan informasi (Y)

Uutuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Pemenuhan informasi (Y), maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis:

Ho : Tidak terdapat hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Pemenuhan informasi (Y).

H1 : Terdapat hubungan antara Tampilan Visual(X_2) dengan Pemenuhan informasi (Y).

Dengan kriteria penolakan hipotesis:

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan H_1 diterima

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan H_1 ditolak

Taraf signifikansi α = 5% dan dk = n-2

Nilai perhitungan korelasi *Rank Spearman* kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.33
Hubungan Antara Tampilan Visual(X_2) dengan Pemenuhan informasi (Y)

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Kekuatan hubungan	KD	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X2 – Y	0.756	Kuat	57.18	8.413	2.006	Terdapat hubungan yang Signifikan

(Sumber: analisis penelitian 2011)

Besarnya koefisien korelasi Rank Spearman antara Tampilan Visual(X_2) dengan Pemenuhan informasi (Y) individu sebesar 0.756.Nilai korelasi sebesar itu menunjukkan bahwa kuatnya hubungan antara Tampilan Visual(X_2) dengan Pemenuhan informasi (Y) tergolong hubungan yang kuat.Dengan nilai t hitung sebesar (8.413> t tabel 2.006), maka disimpulkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara Tampilan Visual(X_2) dengan Pemenuhan informasi (Y).

Setelah diketahui adanya hubungan antara Tampilan Visual(X_2) dengan Pemenuhan informasi (Y), maka besarnya hubungan antara Tampilan Visual(X_2) dengan Pemenuhan informasi (Y)dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi.

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

$KD = 0.756^2 \times 100\%$

$= 57.18\%$

Dari rumus di atas dapat kita ketahui besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 57.18%. **Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 57.18% perubahan-perubahan Pemenuhan informasi (Y) terhadap responden disebabkan oleh Tampilan Visual(X2). Sedangkan sisanya sebesar 42,82 % perubahan yang terjadi pada Pemenuhan informasi (Y) terhadap responden disebabkan oleh faktor lain.**

Berdasarkan bersarnya koefisien determinasi mengenai perubahan pemenuhan informasi terhadap anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya sebesar 57.18%, nilai tersebut disebabkan oleh tampilan visual yang menurut Siregar dan Pasaribu bahwa tampial visual itu mampu menjadi daya tarik sebuah media cetak yakni dengan adanya layout yang baik, kejelasan huruf dan bahasa serta komposisi warna yang digunakan harus menarik, dan semua itu terdapat dalam rubrik otomotif HU Galamedia maka dari itu terdapat hubungan yang kuat antara tampilan visual terhadap pemenuhan informasi anggota VAC Bandung Raya. Sedangkan sisa perubahan pemenuhan informasi yang di dapat

oleh anggota VAC Bandung Raya sebesar 43.82% diperoleh dari faktor lain di luar tampilan visual yang terdapat dalam rubrik otomotif HU Galamedia.

4.4.1.3 Hubungan antara Daya Tarik(X) dengan Pengetahuan (Y_1)

Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Pengetahuan (Y_1), maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis:

Ho : Tidak terdapat hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Pengetahuan (Y_1).

H1 : Terdapat hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Pengetahuan (Y_1).

Dengan kriteria penolakan hipotesis:

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan H_1 diterima

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan H_1 ditolak

Taraf signifikansi α = 5% dan dk = n-2

Nilai perhitungan korelasi *Rank Spearman* kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.34
Hubungan Antara Daya Tarik (X) dengan Pengetahuan (Y_1)

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Kekuatan hubungan	KD	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X - Y1	0.763	Kuat	58.19	8.589	2.006	Terdapat hubungan yang Signifikan

(Sumber: analisis penelitian 2011)

Besarnya koefisien korelasi Rank Spearman antara Daya Tarik (X) dengan Pengetahuan (Y_1) individu sebesar 0.763.Nilai korelasi sebesar itu menunjukkan bahwa kuatnya hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Pengetahuan (Y_1) tergolong hubungan yang kuat.Dengan nilai t hitung sebesar (8.589> t tabel 2.006), maka disimpulkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara Daya Tarik (X) dengan Pengetahuan (Y_1).

Setelah diketahui adanya hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Pengetahuan (Y_1), maka besarnya hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Pengetahuan (Y_1)dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi.

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

$KD = 0.763^2 \times 100\%$

$= 58.19\%$

Dari rumus di atas dapat kita ketahui besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 58.19%. **Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 58.19% perubahan-perubahan Pengetahuan (Y_1) terhadap responden disebabkan oleh Daya Tarik (X). Sedangkan sisanya sebesar 41,81 % perubahan yang terjadi pada Pengetahuan (Y_1) terhadap responden disebabkan oleh faktor lain.**

Berdasarkan bersarnya koefisien determinasi mengenai perubahan pemenuhan pengetahuan terhadap anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya, pengetahuan anggota tersebut ialah mengenai dunia otomotif sebesar 58.19%, nilai tersebut disebabkan oleh adanya hubungan yang kuat serta signifikan antara daya tarik rubrik terhadap pengetahuan anggota VAC Bandung

Raya. Sehingga mampu merubah pengetahuannya serta perubahan pengetahuan anggota VAC Bandung Raya sebesar 41,81% disebabkan oleh faktor di luar daya tarik yang terdapat dalam rubrik otomotif HU Galamedia.

4.4.1.4 Hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pengetahuan (Y_1)

Uutuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pengetahuan (Y_1), maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis:

Ho : Tidak terdapat hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pengetahuan (Y_1).

H1 : Terdapat hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pengetahuan (Y_1).

Dengan kriteria penolakan hipotesis:

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan H_1 diterima

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan H_1 ditolak

Taraf signifikansi α = 5% dan dk = n-2

Nilai perhitungan korelasi *Rank Spearman* kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.35
Hubungan Antara Isi Pesan (X_1) dengan Pengetahuan (Y_1)

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Kekuatan hubungan	KD	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X1 - Y1	0.739	Kuat	54.59	7.982	2.006	Terdapat hubungan yang Signifikan

(Sumber: analisis penelitian 2011)

Besarnya koefisien korelasi Rank Spearman antara Isi Pesan (X_1) dengan Pengetahuan (Y_1) individu sebesar 0.739.Nilai korelasi sebesar itu menunjukkan bahwa kuatnya hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pengetahuan (Y_1) tergolong hubungan yang kuat.Dengan nilai t hitung sebesar (7.982> t tabel 2.006), maka disimpulkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pengetahuan (Y_1).

Setelah diketahui adanya hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pengetahuan (Y_1), maka besarnya hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pengetahuan (Y_1)dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi.

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

$KD = 0.739^2 \times 100\%$

$= 54.59\%$

Dari rumus di atas dapat kita ketahui besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 54.59%. **Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 54.59% perubahan-perubahan Pengetahuan (Y_1) terhadap responden disebabkan oleh Isi Pesan (X_1). Sedangkan sisanya sebesar 45,41 % perubahan yang terjadi pada Pengetahuan (Y_1) terhadap responden disebabkan oleh faktor lain.**

Berdasarkan bersarnya koefisien determinasi mengenai perubahan pengetahuan terhadap anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya sebesar 54.59%, nilai tersebut disebabkan oleh adanya isi pesan yang terdapat dalam rubrik otomotif HU Galamedia sehingga terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara pengetahuan dengan isi pesan yang mengakibatkan perubahan pengetahuan bagi anggota VAC Bandung Raya, serta perubahan pengetahuan

lainnya adalah sebesar 45,41%, nilai tersebut disebabkan oleh faktor di luar isi pesan yang terdapat dalam rubrik otomotif HU Galamedia.

4.4.1.5 Hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Pengetahuan (Y_1)

Uutuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Pengetahuan (Y_1), maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis:

Ho : Tidak terdapat hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Pengetahuan (Y_1).

H1 : Terdapat hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Pengetahuan (Y_1).

Dengan kriteria penolakan hipotesis:

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan H_1 diterima

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan H_1 ditolak

Taraf signifikansi α = 5% dan dk = n-2

Nilai perhitungan korelasi *Rank Spearman* kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.36
Hubungan Antara Tampilan Visual (X_2) dengan Pengetahuan (Y_1)

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Kekuatan hubungan	KD	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X2 - Y1	0.655	Sedang	42.85	6.304	2.006	Terdapat hubungan yang Signifikan

(Sumber: analisis penelitian 2011)

Besarnya koefisien korelasi Rank Spearman antara Tampilan Visual (X_2) dengan Pengetahuan (Y_1) individu sebesar 0.655.Nilai korelasi sebesar itu menunjukkan bahwa kuatnya hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Pengetahuan (Y_1) tergolong hubungan yang sedang.Dengan nilai t hitung sebesar (6.304> t tabel 2.006), maka disimpulkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Pengetahuan (Y_1).

Setelah diketahui adanya hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Pengetahuan (Y_1), maka besarnya hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Pengetahuan (Y_1)dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi.

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

$KD = 0.655^2 \times 100\%$

$= 42.85\%$

Dari rumus di atas dapat kita ketahui besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 42.85%. **Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 42.85% perubahan-perubahan Pengetahuan (Y_1) terhadap responden disebabkan oleh Tampilan Visual (X_2). Sedangkan sisanya sebesar 57,15 % perubahan yang terjadi pada Pengetahuan (Y_1) terhadap responden disebabkan oleh faktor lain.**

Berdasarkan bersarnya koefisien determinasi mengenai perubahan pengetahuan terhadap anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya sebesar 42.85%, nilai tersebut disebabkan oleh adanya tampilan visual yang menarik dalam rubrik otomotif di HU Galamedia, sehingga anggota VAC Bandung Raya tertarik untuk membacanya, akhirnya terdapat hubungan yang sedang dan signifikan antara tampilan visual dengan pengetahuan anggota VAC Bandung

Raya. Sedangkan nilai lainnya sebesar 57,15% disebabkan oleh faktor diluar dari tampilan visual yang terdapat dalam rubrik otomotif HU Galamedia.

4.4.1.6 Hubungan antara Daya Tarik(X) dengan Hiburan (Y_2)

Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Hiburan (Y_2), maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis:

Ho : Tidak terdapat hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Hiburan (Y_2).

H1 : Terdapat hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Hiburan (Y_2).

Dengan kriteria penolakan hipotesis:

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan H_1 diterima

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan H_1 ditolak

Taraf signifikansi α = 5% dan dk = n-2

Nilai perhitungan korelasi *Rank Spearman* kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.37
Hubungan Antara Daya Tarik (X) dengan Hiburan (Y_2)

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Kekuatan hubungan	KD	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X - Y2	0.793	Kuat	62.83	9.465	2.006	Terdapat hubungan yang Signifikan

(Sumber: analisis penelitian 2011)

Besarnya koefisien korelasi Rank Spearman antara Daya Tarik (X) dengan Hiburan (Y_2) individu sebesar 0.793.Nilai korelasi sebesar itu menunjukkan bahwa kuatnya hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Hiburan (Y_2) tergolong hubungan yang kuat.Dengan nilai t hitung sebesar (9.465> t tabel 2.006), maka disimpulkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara Daya Tarik (X) dengan Hiburan (Y_2).

Setelah diketahui adanya hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Hiburan (Y_2), maka besarnya hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Hiburan (Y_2)dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi.

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

$KD = 0.793^2 \times 100\%$

$= 62.83\%$

Dari rumus di atas dapat kita ketahui besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 62.83%. **Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 62.83% perubahan-perubahan Hiburan (Y_2) terhadap responden disebabkan oleh Daya Tarik (X). Sedangkan sisanya sebesar 37,17 % perubahan yang terjadi pada Hiburan (Y_2) terhadap responden disebabkan oleh faktor lain.**

Berdasarkan bersarnya koefisien determinasi mengenai hiburan yang di dapat oleh anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya setelah membaca rubrik otomotif HU Galamedia adalah sebesar 62,83%%, nilai tersebut disebabkan oleh adanya daya tarik yang terdapat dalam rubrik tersebut, sehingga anggota VAC Bandung Raya tertarik untuk membacanya, yang akhirnya terdapat

hubungan yang kuat dan signifikan antara daya tarik rubrik dengan hiburan anggota VAC Bandung Raya. Sedangkan nilai lainnya sebesar 37,17% disebabkan oleh faktor di luar daya tarik rubrik otomotif HU Galamedia.

4.4.1.7 Hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Hiburan (Y_2)

Uutuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Hiburan (Y_2), maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis:

Ho : Tidak terdapat hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Hiburan (Y_2).

H1 : Terdapat hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Hiburan (Y_2).

Dengan kriteria penolakan hipotesis:

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan H_1 diterima

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan H_1 ditolak

Taraf signifikansi α = 5% dan dk = n-2

Nilai perhitungan korelasi *Rank Spearman* kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.38
Hubungan Antara Isi Pesan (X_1) dengan Hiburan (Y_2)

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Kekuatan hubungan	KD	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X1 - Y2	0.681	Sedang	46.38	6.771	2.006	Terdapat hubungan yang Signifikan

(Sumber: analisis penelitian 2011)

Besarnya koefisien korelasi Rank Spearman antara Isi Pesan (X_1) dengan Hiburan (Y_2) individu sebesar 0.681.Nilai korelasi sebesar itu menunjukkan bahwa kuatnya hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Hiburan (Y_2) tergolong hubungan yang sedang.Dengan nilai t hitung sebesar (6.771> t tabel 2.006), maka disimpulkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara Isi Pesan (X_1) dengan Hiburan (Y_2).

Setelah diketahui adanya hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Hiburan (Y_2), maka besarnya hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Hiburan (Y_2)dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi.

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

$KD = 0.681^2 \times 100\%$

$= 46.38\%$

Dari rumus di atas dapat kita ketahui besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 46.38%. **Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 46.38% perubahan-perubahan Hiburan (Y_2) terhadap responden disebabkan oleh Isi Pesan (X_1). Sedangkan sisanya sebesar 53,62 % perubahan yang terjadi pada Hiburan (Y_2) terhadap responden disebabkan oleh faktor lain.**

Berdasarkan bersarnya koefisien determinasi mengenai hiburan yang di dapat oleh anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya setelah membaca rubrik otomotif HU Galamedia adalah sebesar 46,38%, nilai tersebut disebabkan oleh adanya isi pesan yang terdapat dalam rubrik tersebut, yang memiliki kejelasan, keakuratan, kelengkapan dan kesesuaian isi pesan yang cukup, sehingga membuat anggota VAC Bandung Raya cukup tertarik dalam

membacanya. Dengan nilai sebesar itu akhirnya terdapat hubungan yang sedang dan signifikan antara isi pesan dengan hiburan anggota VAC Bandung Raya. Sedangkan nilai lainnya sebesar 53,62% disebabkan oleh faktor di luar isi pesan yang terdapat dalam rubrik otomotif HU Galamedia.

4.4.1.8 Hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Hiburan (Y_2)

Uutuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Hiburan (Y_2), maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis:

Ho : Tidak terdapat hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Hiburan (Y_2).

H1 : Terdapat hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Hiburan (Y_2).

Dengan kriteria penolakan hipotesis:

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan H_1 diterima

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan H_1 ditolak

Taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ dan dk = n-2

Nilai perhitungan korelasi *Rank Spearman* kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.39
Hubungan Antara Tampilan Visual (X_2) dengan Hiburan (Y_2)

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Kekuatan hubungan	KD	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X2 - Y2	0.842	Kuat	70.83	11.343	2.006	Terdapat hubungan yang Signifikan

(Sumber: analisis penelitian 2011)

Besarnya koefisien korelasi Rank Spearman antara Tampilan Visual (X_2) dengan Hiburan (Y_2) individu sebesar 0.842.Nilai korelasi sebesar itu menunjukkan bahwa kuatnya hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Hiburan (Y_2) tergolong hubungan yang kuat.Dengan nilai t hitung sebesar (11.343> t tabel 2.006), maka disimpulkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Hiburan (Y_2).

Setelah diketahui adanya hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Hiburan (Y_2), maka besarnya hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Hiburan (Y_2)dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi.

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

$KD = 0.842^2 \times 100\%$

$= 70.83\%$

Dari rumus di atas dapat kita ketahui besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 70.83%. **Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 70.83% perubahan-perubahan Hiburan (Y_2) terhadap responden disebabkan oleh Tampilan Visual (X_2). Sedangkan sisanya sebesar 29,17 % perubahan yang terjadi pada Hiburan (Y_2) terhadap responden disebabkan oleh faktor lain.**

Berdasarkan bersarnya koefisien determinasi mengenai hiburan yang di dapat oleh anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya setelah membaca rubrik otomotif HU Galamedia adalah sebesar 70,83%, nilai tersebut disebabkan oleh adanya tampilan visual yang terdapat dalam rubrik tersebut, yang memiliki layout, huruf dan bahasa yang digunakan jelas serta komposisi warna yang tepat, sehingga membuat anggota VAC Bandung Raya tertarik dalam membacanya, akhirnya terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara tampilan visual dengan hiburan anggota VAC Bandung Raya. Sedangkan nilai lainnya sebesar 29,17% disebabkan oleh faktor di luar tampilan visual yang terdapat dalam rubrik otomotif HU Galamedia.

4.4.1.9 Hubungan antara Daya Tarik(X) dengan Kepentingan Sosial(Y_3)

Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Kepentingan Sosial (Y_3), maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis:

Ho : Tidak terdapat hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Kepentingan Sosial (Y_3).

H1 : Terdapat hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Kepentingan Sosial (Y_3).

Dengan kriteria penolakan hipotesis:

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan H_1 diterima

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan H_1 ditolak

Taraf signifikansi α = 5% dan dk = n-2

Nilai perhitungan korelasi *Rank Spearman* kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.40
Hubungan Antara Daya Tarik (X) dengan Kepentingan Sosial (Y_3)

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Kekuatan hubungan	KD	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X - Y3	0.778	Kuat	60.50	9.010	2.006	Terdapat hubungan yang Signifikan

(Sumber: analisis penelitian 2011)

Besarnya koefisien korelasi Rank Spearman antara Daya Tarik (X) dengan Kepentingan Sosial (Y_3) individu sebesar 0.778.Nilai korelasi sebesar itu menunjukkan bahwa kuatnya hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Kepentingan Sosial (Y_3) tergolong hubungan yang kuat.Dengan nilai t hitung sebesar (9.010> t tabel 2.006), maka disimpulkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara Daya Tarik (X) dengan Kepentingan Sosial (Y_3).

Setelah diketahui adanya hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Kepentingan Sosial (Y_3), maka besarnya hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Kepentingan Sosial (Y_3)dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi.

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

$KD = 0.778^2 \times 100\%$

$= 60.50\%$

Dari rumus di atas dapat kita ketahui besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 60.50%. **Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 60.50% perubahan-perubahan Kepentingan Sosial (Y_3) terhadap responden disebabkan oleh**

Daya Tarik (X). Sedangkan sisanya sebesar 39,50% perubahan yang terjadi pada Kepentingan Sosial (Y_3) terhadap responden disebabkan oleh faktor lain.

Berdasarkan bersarnya koefisien determinasi mengenai perubahan kepentingan sosial yang di dapat oleh anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya setelah membaca rubrik otomotif HU Galamedia adalah sebesar 60,50%, nilai tersebut disebabkan oleh adanya daya tarik yang terdapat dalam rubrik tersebut, yang memiliki isi pesan serta tampilan visual yang sesuai dengan kebutuhan anggota VAC Bandung Raya, sehingga membuat anggota tersebut tertarik untuk membacanya, akhirnya terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara daya tarik dengan kepentingan sosial anggota VAC Bandung Raya. Sedangkan nilai lainnya sebesar 39,50% disebabkan oleh faktor di luar daya tarik yang terdapat dalam rubrik otomotif HU Galamedia.

4.4.1.10 Hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Kepentingan Sosial (Y_3)

Uutuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Kepentingan Sosial (Y_3), maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis:

Ho : Tidak terdapat hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Kepentingan Sosial (Y_3).

H1 : Terdapat hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Kepentingan Sosial (Y_3).

Dengan kriteria penolakan hipotesis:

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan H_1 diterima

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan H_1 ditolak

Taraf signifikansi α = 5% dan dk = n-2

Nilai perhitungan korelasi *Rank Spearman* kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.41
Hubungan Antara Isi Pesan (X_1) dengan Kepentingan Sosial (Y_3)

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Kekuatan hubungan	KD	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X1 - Y3	0.712	Kuat	50.63	7.372	2.006	Terdapat hubungan yang Signifikan

(Sumber: analisis penelitian 2011)

Besarnya koefisien korelasi Rank Spearman antara Isi Pesan (X_1) dengan Kepentingan Sosial (Y_3) individu sebesar 0.712.Nilai korelasi sebesar itu menunjukkan bahwa kuatnya hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Kepentingan Sosial (Y_3) tergolong hubungan yang kuat.Dengan nilai t hitung sebesar (7.372> t tabel 2.006), maka disimpulkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara Isi Pesan (X_1) dengan Kepentingan Sosial (Y_3).

Setelah diketahui adanya hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Kepentingan Sosial (Y_3), maka besarnya hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Kepentingan Sosial (Y_3)dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi.

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

$KD = 0.712^2 \times 100\%$

= 50.63%

Dari rumus di atas dapat kita ketahui besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 50.63%. **Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 50.63% perubahan-perubahan Kepentingan Sosial (Y_3) terhadap responden disebabkan oleh Isi Pesan (X_1). Sedangkan sisanya sebesar 49,37% perubahan yang terjadi pada Kepentingan Sosial (Y_3) terhadap responden disebabkan oleh faktor lain.**

Berdasarkan bersarnya koefisien determinasi mengenai perubahan kepentingan sosial yang di dapat oleh anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya setelah membaca rubrik otomotif HU Galamedia adalah sebesar 60,50%, nilai tersebut disebabkan oleh adanya isi pesan yang terdapat dalam rubrik tersebut, yang memiliki kejelasan isi pesan, kelengkapan isi pesan, keakuratn isi pesan serta kesesuaian isi pesan yang tentunya sesuai dengan kebutuhan anggota VAC Bandung Raya, sehingga membuat anggota tersebut tertarik untuk membacanya, akhirnya terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara isi pesan dengan kepentingan sosial anggota VAC Bandung Raya. Sedangkan nilai lainnya sebesar 49,37% disebabkan oleh faktor di luar isi pesan yang terdapat dalam rubrik otomotif HU Galamedia.

4.4.1.11 Hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Kepentingan Sosial (Y_3)

Uutuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Kepentingan Sosial (Y_3), maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis:

Ho : Tidak terdapat hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Kepentingan Sosial (Y_3).

H1 : Terdapat hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Kepentingan Sosial (Y_3).

Dengan kriteria penolakan hipotesis:

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan H_1 diterima

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan H_1 ditolak

Taraf signifikansi α = 5% dan dk = n-2

Nilai perhitungan korelasi *Rank Spearman* kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.42
Hubungan Antara Tampilan Visual (X_2) dengan Kepentingan Sosial (Y_3)

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Kekuatan hubungan	KD	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X2 - Y3	0.752	Kuat	56.58	8.311	2.006	Terdapat hubungan yang Signifikan

(Sumber: analisis penelitian 2011)

Besarnya koefisien korelasi Rank Spearman antara Tampilan Visual (X_2) dengan Kepentingan Sosial (Y_3) individu sebesar 0.752.Nilai korelasi sebesar itu menunjukkan bahwa kuatnya hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Kepentingan Sosial (Y_3) tergolong hubungan yang kuat.Dengan nilai t hitung

sebesar (8.311> t tabel 2.006), maka disimpulkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Kepentingan Sosial (Y_3).

Setelah diketahui adanya hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Kepentingan Sosial (Y_3), maka besarnya hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Kepentingan Sosial (Y_3)dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi.

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

$KD = 0.752^2 \times 100\%$

$= 56.58\%$

Dari rumus di atas dapat kita ketahui besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 56.58%. **Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 56.58% perubahan-perubahan Kepentingan Sosial (Y_3) terhadap responden disebabkan oleh Tampilan Visual (X_2). Sedangkan sisanya sebesar 43,42 % perubahan yang terjadi pada Kepentingan Sosial (Y_3) terhadap responden disebabkan oleh faktor lain.**

Berdasarkan bersarnya koefisien determinasi mengenai perubahan kepentingan sosial yang di dapat oleh anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya setelah membaca rubrik otomotif HU Galamedia adalah sebesar 56,58%, nilai tersebut disebabkan oleh adanya tampilan visual yang terdapat dalam rubrik tersebut, yang memiliki layout menarik, huruf dan bahasa yang digunakan jelas dan komposisi warna yang tepat, tentunya hal tersebut sesuai dengan kebutuhan anggota VAC Bandung Raya, sehingga membuat anggota tersebut tertarik untuk membacanya. Akhirnya terdapat hubungan yang kuat dan

signifikan antara tampilan visual dengan kepentingan sosial anggota VAC Bandung Raya. Sedangkan nilai lainnya sebesar 43,42% disebabkan oleh faktor di luar tampilan visual yang terdapat dalam rubrik otomotif HU Galamedia.

4.4.1.12 Hubungan antara Daya Tarik(X) dengan Pelarian(Y_4)

Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Pelarian (Y_4), maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis:

Ho : Tidak terdapat hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Pelarian (Y_4).

H1 : Terdapat hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Pelarian (Y_4).

Dengan kriteria penolakan hipotesis:

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan H_1 diterima

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan H_1 ditolak

Taraf signifikansi α = 5% dan dk = n-2

Nilai perhitungan korelasi *Rank Spearman* kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.43
Hubungan Antara Daya Tarik (X) dengan Pelarian (Y_4)

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Kekuatan hubungan	KD	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X - Y4	0.537	Sedang	28.82	4.632	2.006	Terdapat hubungan yang Signifikan

(Sumber: analisis penelitian 2011)

Besarnya koefisien korelasi Rank Spearman antara Daya Tarik (X) dengan Pelarian (Y_4) individu sebesar 0.537.Nilai korelasi sebesar itu menunjukkan bahwa kuatnya hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Pelarian (Y_4) tergolong hubungan yang sedang.Dengan nilai t hitung sebesar (4.632> t tabel 2.006), maka disimpulkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara Daya Tarik (X) dengan Pelarian (Y_4).

Setelah diketahui adanya hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Pelarian (Y_4), maka besarnya hubungan antara Daya Tarik (X) dengan Pelarian (Y_4)dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi.

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

$KD = 0.537^2 \times 100\%$

$= 28.82\%$

Dari rumus di atas dapat kita ketahui besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 28.82%. **Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 28.82% perubahan-perubahan Pelarian (Y_4) terhadap responden disebabkan oleh Daya Tarik (X). Sedangkan sisanya sebesar 71,18 % perubahan yang terjadi pada Pelarian (Y_4) terhadap responden disebabkan oleh faktor lain.**

Berdasarkan bersarnya koefisien determinasi mengenai pelarian yang di dapat oleh anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya setelah membaca rubrik otomotif HU Galamedia adalah sebesar 28,82%, nilai tersebut disebabkan oleh adanya daya tarik yang terdapat dalam rubrik otomotif HU Galamedia, sehingga membuat anggota VAC Bandung Raya tertarik untuk membacanya.

Dengan nilai determinasi sebesar itu, akhirnya terdapat hubungan yang sedang namun signifikan antara daya tarik dengan pelarian anggota VAC Bandung Raya. Sedangkan nilai lainnya sebesar 71,18% disebabkan oleh faktor di luar daya tarik yang terdapat dalam rubrik otomotif HU Galamedia.

4.4.1.13 Hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pelarian (Y_4)

Uutuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pelarian (Y_4), maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis:

Ho : Tidak terdapat hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pelarian (Y_4).

H1 : Terdapat hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pelarian (Y_4).

Dengan kriteria penolakan hipotesis:

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan H_1 diterima

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan H_1 ditolak

Taraf signifikansi α = 5% dan dk = n-2

Nilai perhitungan korelasi *Rank Spearman* kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.44
Hubungan Antara Isi Pesan (X_1) dengan Pelarian (Y_4)

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Kekuatan hubungan	KD	t hitung	t table	Kesimpulan
X1 - Y4	0.434	Sedang	18.80	3.503	2.006	Terdapat hubungan yang Signifikan

(Sumber: analisis penelitian 2011)

Besarnya koefisien korelasi Rank Spearman antara Isi Pesan (X_1) dengan Pelarian (Y_4) individu sebesar 0.434.Nilai korelasi sebesar itu menunjukkan bahwa kuatnya hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pelarian (Y_4) tergolong hubungan yang sedang.Dengan nilai t hitung sebesar (3.503> t tabel 2.006), maka disimpulkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pelarian (Y_4).

Setelah diketahui adanya hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pelarian (Y_4), maka besarnya hubungan antara Isi Pesan (X_1) dengan Pelarian (Y_4)dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi.

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

$KD = 0.434^2 \times 100\%$

$= 18.80\%$

Dari rumus di atas dapat kita ketahui besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 18.80%. **Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 18.80% perubahan-perubahan Pelarian (Y_4) terhadap responden disebabkan oleh Isi Pesan (X_1). Sedangkan sisanya sebesar 81,20 % perubahan yang terjadi pada Pelarian (Y_4) terhadap responden disebabkan oleh faktor lain.**

Berdasarkan bersarnya koefisien determinasi mengenai pelarian yang di dapat oleh anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya setelah membaca rubrik otomotif HU Galamedia adalah sebesar 18,80%, nilai tersebut disebabkan oleh adanya isi pesan yang terdapat dalam rubrik otomotif HU Galamedia, sehingga membuat anggota VAC Bandung Raya tertarik untuk membacanya. Dengan nilai determinasi sebesar itu, akhirnya terdapat hubungan yang sedang

namun signifikan antara isi pesan dengan pelarian anggota VAC Bandung Raya. Sedangkan nilai lainnya sebesar 81,20% disebabkan oleh faktor di luar isi pesan yang terdapat dalam rubrik otomotif HU Galamedia.

4.4.1.14 Hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Pelarian (Y_4)

Uutuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Pelarian (Y_4), maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis:

Ho : Tidak terdapat hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Pelarian (Y_4).

H1 : Terdapat hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Pelarian (Y_4).

Dengan kriteria penolakan hipotesis:

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan H_1 diterima

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan H_1 ditolak

Taraf signifikansi α = 5% dan dk = n-2

Nilai perhitungan korelasi *Rank Spearman* kemudian disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.45
Hubungan Antara Tampilan Visual (X_2) dengan Pelarian (Y_4)

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Kekuatan hubungan	KD	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X2 - Y4	0.579	Sedang	33.47	5.164	2.006	Terdapat hubungan yang Signifikan

(Sumber: analisis penelitian 2011)

Besarnya koefisien korelasi Rank Spearman antara Tampilan Visual (X_2) dengan Pelarian (Y_3) individu sebesar 0.579.Nilai korelasi sebesar itu menunjukkan bahwa kuatnya hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Pelarian (Y_3) tergolong hubungan yang sedang.Dengan nilai t hitung sebesar (5.164> t tabel 2.006), maka disimpulkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Pelarian (Y_4).

Setelah diketahui adanya hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Pelarian (Y_4), maka besarnya hubungan antara Tampilan Visual (X_2) dengan Pelarian (Y_3)dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi.

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

$KD = 0.579^2 \times 100\%$

$= 33.47\%$

Dari rumus di atas dapat kita ketahui besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 33.47%. **Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 33.47% perubahan-perubahan Pelarian (Y_4) terhadap responden disebabkan oleh Tampilan Visual (X_2). Sedangkan sisanya sebesar 66,53 % perubahan yang terjadi pada Pelarian (Y_4) terhadap responden disebabkan oleh faktor lain.**

Berdasarkan bersarnya koefisien determinasi mengenai pelarian yang di dapat oleh anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya setelah membaca rubrik otomotif HU Galamedia adalah sebesar 33,47%, nilai tersebut disebabkan oleh adanya tampilan visual yang terdapat dalam rubrik otomotif HU Galamedia, sehingga membuat anggota VAC Bandung Raya tertarik untuk membacanya. Dengan nilai determinasi sebesar itu, akhirnya terdapat hubungan yang sedang

namun signifikan antara tampilan visual dengan pelarian anggota VAC Bandung Raya. Sedangkan nilai lainnya sebesar 66,53% disebabkan oleh faktor di luar tampilan visual yang terdapat dalam rubrik otomotif HU Galamedia.

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

PT. Galamedia Bandung Perkasa (Grup Pikiran Rakyat) yang salah satu unit usahanya adalah Harian Umum Galamedia (HU Galamedia), didirikan di Bandung pada tahun 1968. Di mana kegiatan usahanya khusus bergerak dalam bidang jurnalistik atau penerbitan surat kabar yang cakupan usahanya adalah lokal dengan kata lain daerah pemasarannya adalah Kota dan Kabupaten Bandung serta sekitarnya.HU Galamedia semula muncul dari izin terbit Majalah Sunda Tjempaka yang diterbitkan oleh CV. Tjampaka dibawah pimpinan Sukandi Andrias Wasuma.Badan penerbit tersebut kemudian diserahkan sekitar bulan Agustus 1968 kepada Sjamsujar Adnan, yang kemudian mengubah majalah tersebut menjadi Surat Kabar Mingguan Gala.

Dalam pembahasaan ini peneliti mendeskripsikan hasil penelitian yang telah diperolah melalui angket dan studi pustaka tentang hubungan Daya Tarik Rubrik Otomotif di Harian Umum Galamedia Terhadap Pemenuhan Informasi Anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya.

DalamWikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas mendefinisikan.

“Hubungan adalah kesinambungan interaksi antara dua orang atau lebih yang memudahkan proses pengenalan satu akan yang lain”.(Wikipedia bahasa Indonesia, 2010)

Pengertian daya tarik menurut Effendy (1989:18) adalah: kekuatan atau penampilan komunikator yang dapat memikat perhatian, sehingga seseorang mampu untuk mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi.

Dari pengertian di atas, dapat diketahui bahwa daya tarik adalah proses awal terhadap kesan dari suatu bentuk komunikasi dan sangat berperan dalam membentuk animo komunikan. Berdasarkan pengertiannya, daya tarik merupakan kekuatan yang dapat memikat perhatian, sehingga seseorang mampu mengungkapkan kembali pesan atau stimulus (rangsangan) yang ia peroleh dari media komunikasi.

Untuk mengetahui daya tarik rubrik otomotif terhadap pemenuhan informasi Anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya, dapat dilakukan pengujian dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden seperti. format isi pesan, tampilan visual, pengetahuan, hiburan, kepentingan sosial, pelarian permasalahan mengenai otomotif dalam pemberitaan tentang Otomotif.

Responden disini merupakan anggota *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya yang tersebar di 11 wilayah yang ada di Kota Bandung dan sekitarntya, responden berjumlah 55 orang. Terdiri dari 44 laki laki, 11 perempuan. Rata-rata berusia antara 18 sampai dengan 40 tahun. Dengan latar belakang pendidikan sebagian besar pelajar atau mahasiswa.

Sebelum peneliti melakukan pembahasan pada hasil penelitian dan melakukan analisis pada identifikasi masalah maka peneliti membuat tabel

ringkasan analisis data korelasi, agar memudahkan pembaca dalam melihat korelasi antara variabel atau sub variabel X dengan sub variabel atau variabel Y, sebagai berikut :

Tabel 4.46

RINGKASAN ANALISIS DATA KORELASI

No	Variabel / Sub Variabel (X)	Variabel / Sub Variabel (Y)	Besarnya Korelasi	Besarnya Pengaruh (X - Y)	Signifikansi Korelasi	Hipotesis yang Diterima
1	Sub variabel Isi pesan rubrik Otomotif HU Galamedia	Variabel Pemenuhan Informasi	0.700	48.97%	Signifikan (7.132>2.006)	H_1 Terdapat hubungan yang positif antara isi pesan rubrik otomotif HU Galamedia dengan pemenuhan informasi dalam rubrik otomotif H Galamedia
2	Sub variabel tampilan visual rubrik Otomotif HU Galamedia	Variabel Pemenuhan Informasi	0.756	57.18%	Signifikan (8.413>2.006)	H_1 Terdapat hubungan yang positif antara tampilan visual rubrik otomotif HU Galamedia dengan pemenuhan informasi dalam rubrik otomotif H Galamedia
3	Variabel Daya Tarik Rubrik Otomotif HU	Sub variabel Pengetahuan anggota Vespa Antique	0.763	58.19%	Signifikan (8.589>2.0	H_1 Terdapat hubungan yang positif antara daya tarik rubrik

	Galamedia	Club (VAC) Bandung Raya			06)	otomotif HU Galamedia dengan pengetahuan anggota VAC Bandung Raya
4	Variabel Daya Tarik Rubrik Otomotif HU Galamedia	Sub variabel Hiburan anggota Vespa Antique Club (VAC) Bandung Raya	0.793	62.83%	Signifikan (9.465>2.06)	H_1 Terdapat hubungan yang positif antara daya tarik rubrik otomotif HU Galamedia dengan hiburan anggota VAC Bandung Raya
5	Variabel Daya Tarik Rubrik Otomotif HU Galamedia	Sub variabel Kepentingan Sosial anggota Vespa Antique Club (VAC) Bandung Raya	0.778	60.50%	Signifikan (9.010>2.06)	H_1 Terdapat hubungan yang positif antara daya tarik rubrik otomotif HU Galamedia dengan kepentingan sosial anggota VAC Bandung Raya
6	Variabel Daya Tarik Rubrik Otomotif HU Galamedia	Sub variabel Pelarian anggota Vespa Antique Club (VAC) Bandung Raya	0.537	28.82%	Signifikan (4.632>2.06)	H_1 Terdapat hubungan yang positif antara daya tarik rubrik otomotif HU Galamedia dengan pelarian anggota VAC Bandung Raya

7	Variabel Daya Tarik Rubrik Otomotif HU Galamedia	Variabel Pemenuhan Informasi anggota Vespa Antique Club (VAC) Bandung Raya	0.783	61.26%	Signifikan (9.154>2.006)	H_1 Terdapat hubungan yang positif antara daya tarik rubrik otomotif HU Galamedia dengan pemenuhan informasi anggota VAC Bandung Raya

(Sumber: analisis penelitian 2011)

Berdasarkan table 4.4.16 maka kita dapat mengetahui bahwa Isi Pesan Rubrik Otomotif HU Galamedia terhadap Pemenuhan Informasi mempunyai hubungan yang sedang atau kuat dan signifikan (penting). Tampilan visual Rubrik Otomotif HU Galamedia terhadap Pemenuhan Informasi mempunyai hubungan yang kuat positif dan signifikan (penting). Daya Tarik Rubrik Otomotif di HU Galamedia terhadap Pengetahuan mempunyai hubungan yang sangat tinggi atau kuat dan signifikan (penting).

Daya Tarik Rubrik Otomotif di HU Galamedia terhadap hiburan mempunyai hubungan yang sedang dan signifikan (penting). Daya Tarik Rubrik Otomotif di HU Galamedia terhadap kepentingan sosial mempunyai hubungan yang kuatdan signifikan (penting). Daya Tarik Rubrik Otomotif di HU Galamedia terhadap pelarian mempunyai hubungan yang sedang dan signifikan (penting). Daya Tarik Rubrik Otomotif di HU Galamedia terhadap Pemenuhan mempunyai hubungan yang tergolong tinggi atau kuat dan signifikan (penting).

Hal ini mengisyaratkan bahwa hipotesis-hipotesis dalam penelitian ini terbukti, artinya aspek-aspek sub variabel tersebut terbukti saling berpengaruh. Dari hasil penelitian membuktikan bahwa, sebuah komunikasi tidak pernah terlepas dari sebuah proses, oleh karena itu pesan dapat tersampaikan dengan baik atau tidak tergantung dari proses penyampaian pesan yang disampaikan oleh komunikator (kecakapan komunikator dalam menyampaikan pesan). Hal ini seperti yang diungkapkan oleh effendy.

Dalam penyampaian pesan, seorang komunikator (pengirim) dituntut untuk memiliki kemampuan dan sarana agar mendapatkan umpan balik (feedback) dari komunikan (penerima), sehingga maksud dari pesan tersebut dipenuhi dengan baik dan berjalan efektif (Efendy, 2002:6)

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penelitian mengambil kesimpulan bahwa penelitian semakin mengukuhkan dan membuktikan dasar teori yang dapat menerangkan efek pesan terhadap khalayak adalah teori *Uses and gratification* berfungsi, teori *uses and gratification* dalam penelitian ini pada saat seseorang tersebut berfungsi sebagai khalayak yang aktif menerima pesan memperoleh informasi dan mengambil keputusan mengenai persepsi untuk kemudian diolah sesuai dengan pengalaman khalayak masing masing dan digunakan untuk memenuhi kebutuhannya.

Menurut Onong Uchjana Efendy, teori ini berasal dari teori psikologi,kemudian juga menjadi teori kemunikasi karena objek komunikasi dan psikologis secara umum adalah sama yaitu manusia, mempunyai jiwa yang terdiri dari berbagai komponen seperti sikap, opini dan perilaku (effendi, 1993:254)

Pendekatan *uses and gratification* menempatkan manusia sebagai khalayak yang bersifat aktif dalam menghadapi terpaan pesan melalui media. Pesan yang diterima oleh khalayak, diolah sesuai bidang pengalaman yang dimiliki masing-masing khalayak dan digunakaan untuk memenuhi kebutuhan. Pendekatan ini pertama kali dikemukakan oleh (Elihu Katz pada tahun 1959).

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terpaan media seringkali menjadi pemicu komunikasi antarpesona, atau menjadi bahan diskusi kelompok yang membentuk afiliasi kelompok. Seperti yang dikatakan oleh Mc combs and shaw, bahwa dampak media yaitu media massa mempunyai kemampuan untuk menimbulkan perubahan kognitif diantara individu individu. Disinilah terletak efek komunikasi massa yang terpenting, yaitu kemampuan media untuk membangkitkan dunia massa.