

Pemanfaatan Telegram dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Akademik Mahasiswa

Rizky Ananda¹, Ahmad Junaidi^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: rizky.915199105@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: ahmadd@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal: 09-12-2022, revisi tanggal: 07-01-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal: 05-02-2023

Abstract

The Telegram application is effective for use as a general information service as well as special information. Tarumanagara University's Faculty of Communication Sciences uses Telegram as a medium to meet students' academic information needs. The purpose of this research is to measure the use of the Telegram application in meeting the academic information needs of students at the Faculty of Communication Sciences, Tarumanagara University. This research uses an approach with the concept of using social media, which has the dimensions of communication, collaboration, context and connection, as well as the Information Needs Fulfillment Theory, which has the dimensions of personal integrative needs, affective needs, cognitive needs and social integrative needs. Researchers used descriptive quantitative research methods. The results of the research show that the use of Telegram has an influence of 77.6% on fulfilling academic information needs.

Keywords: communication technology, information needs, social media, Telegram

Abstrak

Aplikasi Telegram efektif digunakan sebagai layanan informasi umum maupun informasi khusus. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara menggunakan Telegram sebagai media untuk memenuhi kebutuhan informasi akademik bagi mahasiswa. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengukur penggunaan aplikasi Telegram dalam memenuhi kebutuhan informasi akademik mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Penelitian ini menggunakan pendekatan dengan konsep penggunaan media sosial yang memiliki dimensi *communication*, *collaboration*, *context*, dan *connection* serta Teori Pemenuhan Kebutuhan Informasi yang memiliki dimensi *personal integrative needs*, *affective needs*, *cognitive needs*, dan *social integrative needs*. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif secara deskriptif. Hasil dari penelitian menunjukkan penggunaan Telegram memiliki pengaruh sebesar 77,6% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi akademik sebesar.

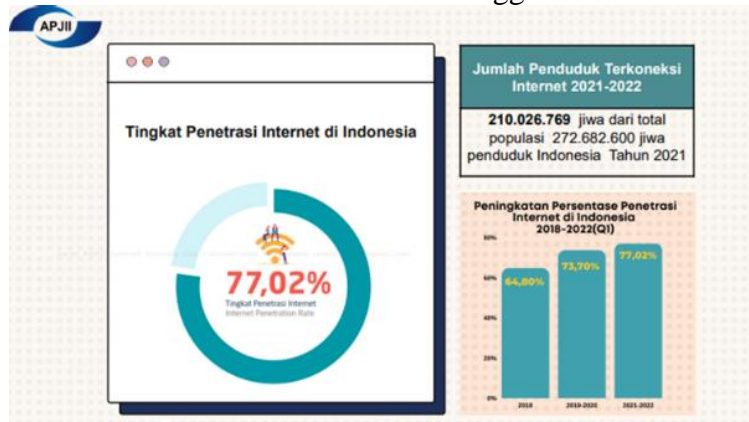
Kata Kunci: kebutuhan informasi, media sosial, teknologi komunikasi, Telegram

1. Pendahuluan

Komunikasi berperan sangat penting bagi kehidupan manusia, karena mampu berperan sebagai penghubung antar manusia sehingga menimbulkan suatu bentuk interaksi dan relasi yang berperan penting di era digital yang serba dipenuhi dengan teknologi. Dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang

sudah memasuki era digital 4.0 yang memiliki perkembangan dengan cukup pesat dan cepat dari waktu ke waktu.

Gambar 1. Survei Jumlah Pengguna Internet



Sumber: APJII.com, diakses pada tanggal 9 september 2022

Dari hasil survei data di atas memiliki kesimpulan bahwa survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2021 yaitu ada 210.026.769 jiwa *user* yang menggunakan internet dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya atau memiliki nilai sekitar 77.02% dari total jumlah penduduk Indonesia sebanyak 272.682.600 jiwa. Dari hasil data survei diatas juga memiliki kesimpulan bahwa usia pengguna internet terbesar di Indonesia terdapat pada usia 35-54 tahun dengan total penggunanya sekitar 27.68% user dari jumlah keseluruhan pengguna internet di Indonesia. Selanjutnya yang memiliki peringkat kedua terbesar pengguna internet ada pada usia 19-34 tahun dengan jumlah penggunanya sebesar 25.68% pengguna dari total pengguna internet (Arif, 2022).

Aplikasi Telegram yang digunakan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara terbilang masih baru, dikarenakan sebelumnya Fakultas pernah menggunakan aplikasi Line, hal inilah yang menarik minat penulis untuk membahas mengenai penggunaan media sosial Telegram dalam memenuhi kebutuhan informasi akademik bagi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, dan juga mengenai seberapa besar pengaruh dari Telegram dalam memenuhi kebutuhan informasi akademik Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Aplikasi Telegram ini adalah aplikasi yang digunakan untuk melakukan penyebaran informasi yang berbasis pesan, tetapi dengan kelebihan dari Telegram yang memiliki fitur dengan kemampuan membuat suatu grup dengan fitur di hanya kontak yang terdaftar di dalam grup tersebut, dengan demikian Telegram dapat dinyatakan termasuk dalam media sosial. Informasi merupakan sebuah hal yang sangat penting untuk menambah suatu pengetahuan. Informasi tersebut mampu mendorong setiap individu dari masyarakat untuk mencari tahu media yang paling akurat serta efektif yang berguna bagi dirinya (Susanto & Erdiansyah, 2018).

Adapun tujuan dalam penelitian ini merupakan suatu hal untuk mengetahui pengaruh dalam menggunakan media sosial Telegram dalam memenuhi kebutuhan informasi akademik Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Maka, penelitian ini memakai beberapa teori yang relevan meliputi, komunikasi massa, *uses and gratification*, penggunaan media sosial, serta pemenuhan kebutuhan informasi, untuk menunjang keberlangsungan dalam melakukan proses penelitian. Komunikasi massa yang dikemukakan oleh Gerbner merupakan suatu

produksi serta distribusi yang dilandaskan dari teknologi (Ardianto et al., 2012). *Uses and gratification* (kebutuhan dan kepuasan) menyatakan bahwa khalayak media dipandang sebagai khalayak yang aktif dimana mereka menggunakan media karena kebutuhan akan berbagai hal untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, seperti halnya kebutuhan dalam pemenuhan informasi, pendidikan bahkan hiburan. Kemudian teori penggunaan media sosial yang dikemukakan oleh Chris Heuer yang merupakan pemilik dari *Social Media Club and New Media innovator*, beliau mengatakan bahwasanya terdapat 4 dimensi yang digunakan dalam penggunaan media sosial, yaitu (Solis, 2010):

- a. *Context: "How we frame our stories".*
- b. *Communication: "The practice of sharing our story as well as listening, responding, and growing."*
- c. *Collaboration: "Working together to make things better and more efficient and effective."*
- d. *Connection: "The relationship we forge and maintain".*

Kemudian untuk pemenuhan kebutuhan informasi menurut Katz, Gurevitch, dan Hass berpendapat bahwa terdapat berbagai kebutuhan informasi bagi seseorang, yakni (Lusiana, 2017):

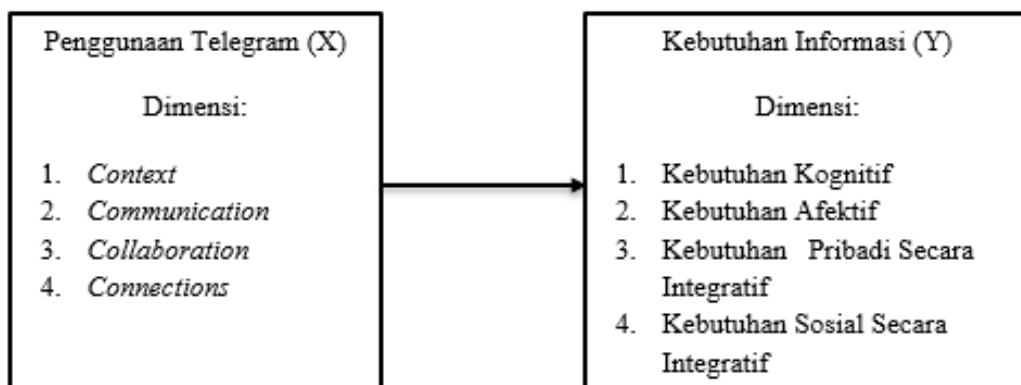
- a. Kebutuhan secara kognitif
- b. Kebutuhan secara afektif
- c. Kebutuhan pribadi secara integratif
- d. Kebutuhan sosial secara integratif
- e. Kebutuhan pelepasan ketegangan

Dari kelima kebutuhan tersebut, semuanya berkaitan dengan informasi dan penggunaan Telegram untuk memenuhi kebutuhan informasi Mahasiswa, di dalam penelitian ini peneliti hanya memakai empat kategori saja, dikarenakan satu kategori lagi tidak termasuk ke dalam hal yang peneliti teliti, hal ini disebabkan jenis yang dipakai akan disesuaikan dengan penggunaan Telegram sebagai variabel X, karena kebutuhan informasi dari setiap individu berbeda-beda dan sangat tergantung dari kondisi serta situasi yang sedang dialami. Oleh karena itu, hipotesa penelitian yang penulis buat, seperti berikut:

H_0 = Tidak adanya pengaruh penggunaan Telegram (X) terhadap pemenuhan layanan informasi (Y).

H_a = Ada pengaruh Telegram (X) terhadap Pemenuhan Kebutuhan Layanan Informasi (Y).

Gambar 2. Kerangka Pemikiran



Sumber: Dokumentasi Pribadi

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan memakai pendekatan secara kuantitatif. Dengan menggunakan metode survei serta studi pustaka. Survei yang dilakukan peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yaitu kuesioner yang menggambarkan serta memperlihatkan pengaruh dari aplikasi Telegram dalam memenuhi kebutuhan dari informasi akademik Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Sedangkan studi pustaka adalah suatu aktivitas untuk mempelajari berbagai macam buku yang nantinya akan dijadikan referensi dalam penelitian yang akan dilakukan (Abd hul, 2021). Dalam penelitian ini studi pustaka yang peneliti lakukan adalah dengan mempelajari buku-buku, laporan penelitian terdahulu, jurnal, serta melalui internet yang berkaitan dengan pembahasan dari penelitian peneliti.

Populasi yang digunakan dalam peneliti merupakan Mahasiswa Fikom Untar yang berjumlah 980 Mahasiswa dari angkatan 2019 sampai dengan angkatan 2022. Adapun jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini sebesar 100 orang responden Mahasiswa aktif Fikom Untar. Dengan menggunakan jenis penarikan sampel secara *nonprobability sampling* serta teknik sampel *sampling insidental*. Untuk memperoleh data-data, kuesioner pada penelitian ini menggunakan skala Likert.

Tabel 1. Operasional Konsep

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Penggunaan Media Sosial Telegram (X)	Context Cara menyampaikan pesan kepada khalayak	1. Cara penyajian pesan 2. Waktu penyampaian konten	<i>Likert</i>
	Communication Praktek dalam menyampaikan atau membagikan, mendengarkan, merespon, dan mengembangkan pesan kepada khalayak	1. Informasi yang disampaikan 2. Efektivitas pesan	<i>Likert</i>
	Collaboration Bekerja bersama-sama antara pemberi dan penerima pesan agar pesan yang disampaikan lebih efektif dan efisien	1. Kesesuaian pesan 2. Manfaat	<i>Likert</i>
	Connection Hubungan yang terjalin dan terbina secara berkelanjutan antara pemberi dan penerima pesan	1. Hubungan berkelanjutan 2. Timbal balik	<i>Likert</i>
Kebutuhan Informasi (Y)	Kebutuhan Kognitif	1. Informasi 2. Pengetahuan	<i>Likert</i>
	Kebutuhan Afektif	1. Emosional 2. Kepuasan atau pengalaman estetika	<i>Likert</i>

Kebutuhan Integratif Personal	1. Peningkatan kredibilitas 2. Kepercayaan	<i>Likert</i>
Kebutuhan Integratif Sosial	1. Peningkatan hubungan dengan keluarga 2. Peningkatan hubungan dengan teman	<i>Likert</i>

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Teknik pengolahan data yang peneliti gunakan yaitu menggunakan SPSS versi 26. Sedangkan, peneliti menggunakan teknik analisis data yakni: Uji validitas, uji reliabilitas, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana, koefisien korelasi, serta uji hipotesis (Uji t).

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Telegram merupakan sebuah aplikasi yang lahir pada bulan agustus 2013 digunakan untuk mengirim pesan instan bersifat *multiplatform* dan berbasis penyimpanan Cloud. Para pengguna dapat memanfaatkan Telegram untuk mengirim pesan, bertukar video, stiker, audio, dan tipe berkas lainnya. Akun Telegram Fikom Untar merupakan akun resmi dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara yang menjadi salah satu platform informasi akademik bagi Mahasiswa Fikom Untar. Akun ini pertama kali digunakan pada tanggal 24 Juni 2022, *posting-an* pertama kali yang terdapat pada akun Telegram ini merupakan pengumuman yang berisi tentang pemberitahuan bahwa Mahasiswa Fikom Untar diharuskan untuk segera melakukan migrasi platform informasi akademik Fikom Untar yang sebelumnya menggunakan Line Official Account dan sekarang beralih ke *channel* Telegram. Akun Telegram ini dibuat dengan tujuan untuk memberikan informasi akademik kepada Mahasiswa Fikom Untar yang masih aktif menjalani masa studinya di Fikom Untar.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan pendekatan *uses and gratifications* yang beranggapan bahwa pemilihan media terhadap khalayak didasarkan atas faktor kepuasan, keinginan, kebutuhan serta memiliki motif tertentu untuk menggunakan media tersebut. Seperti halnya Mahasiswa Fikom Untar yang menggunakan Telegram untuk memenuhi kebutuhan dalam hal informasi yang bersifat akademik, dari kebutuhan inilah yang akan menimbulkan keinginan bagi mahasiswa Fikom Untar untuk menggunakan serta mengikuti akun Telegram Fikom Untar. Meskipun sebenarnya harus tetap diamati dari bagaimana perkembangan internet yang menjadi media yang nantinya dapat memenuhi kebutuhan dari penggunanya, terutama dari lima kebutuhan yaitu: kebutuhan secara afektif, kebutuhan sosial secara integratif, kebutuhan pribadi secara integratif, kebutuhan kognitif, dan kebutuhan pelepasan ketegangan. Dari penelitian ini Mahasiswa Fikom Untar menggunakan media sosial Telegram dikarenakan konten atau isi dari akun Telegram Fikom Untar memberikan informasi yang dibutuhkan bagi Mahasiswa Fikom Untar.

Dalam penelitian ini, terdapat 100 responden yang merupakan sampel, yang memiliki responden laki-laki sebesar 24% dan 76% responden perempuan. Hal ini menandakan bahwa sebagian besar dari Mahasiswa aktif Fikom Untar merupakan perempuan.

Tabel 2. Karakteristik Jenis Kelamin Responden

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	24	24.0	24.0	24.0
	Perempuan	76	76.0	76.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Didapati juga persentase usia tertinggi yaitu sebanyak 53% usia dari responden yang memiliki usia 16-19 tahun, hal tersebut berarti Mahasiswa aktif Fikom Untar berusia sekitar 16-19 tahun.

Tabel 3. Karakteristik Usia Responden

		Umur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16-19	53	53.0	53.0	53.0
	20-23	44	44.0	44.0	97.0
	24-26	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Dari hasil penelitian secara menyeluruh, mampu diketahui bahwa nilai dari uji koefisien korelasi variabel Penggunaan Telegram dan Kebutuhan Informasi Akademik adalah sebesar 0,776, maka variabel tersebut dapat disimpulkan memiliki hubungan yang kuat (Sugiyono, 2017). Hasil dari koefisien determinasi adalah 0.603, hal ini dapat dikatakan bahwa variabel X dipengaruhi sebesar 60,3% oleh variabel Y, sementara 39,7% dipengaruhi oleh variabel lain. Dari pengujian analisis regresi sederhana memiliki nilai 3,999 yang dapat disimpulkan bahwa konstanta yang menunjukkan jika tidak ada peningkatan atau kenaikan variabel Penggunaan Telegram, dengan demikian variabel Kebutuhan Informasi Akademik akan menyentuh nilai sebesar 3,999. Sedangkan setiap ada penambahan 1 angka pada Variabel Penggunaan Telegram, maka variabel Kebutuhan Informasi Akademik akan mengalami peningkatan sebesar 0,830. Serta hasil uji hipotesis (uji t) untuk variabel independen Penggunaan Telegram (X) dengan nilai yang didapat sebesar 12.197 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Artinya nilai Sig hitung $< 0,05$, yaitu $0,000 < 0,05$. Dengan demikian mampu memberikan pengertian yakni H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kemudian untuk hasil uji validitas dari setiap pernyataan variabel Penggunaan Telegram dan variabel Kebutuhan Informasi Akademik dinyatakan valid, karena nilai *corrected item-total* berada di atas 0,30. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas *corrected item total correlation* pada signifikansi 5% dapat dinyatakan dengan ketentuan yaitu (Sarwono, 2018).:

- Jika nilai r hitung diatas nilai r kritis 0,30 maka butir soal kuesioner akan dinyatakan valid.
- Sementara, jika nilai r hitung dibawah nilai r kritis 0,30 maka butir soal kuesioner akan dinyatakan tidak valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Penggunaan Media Sosial Telegram (X)

<i>Item-Total Statistics</i>				
	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
X1	23.93	10.753	.482	.833
X2	24.22	9.971	.632	.816
X3	24.00	10.242	.580	.822
X4	24.09	9.921	.554	.825
X5	24.00	10.263	.624	.818
X6	24.01	9.586	.705	.806
X7	24.19	9.549	.529	.831
X8	24.27	9.371	.553	.828

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik (Y)

<i>Item-Total Statistics</i>				
	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
Y1	23.20	12.364	.512	.820
Y2	23.44	11.380	.659	.802
Y3	23.36	11.566	.668	.803
Y4	23.78	10.699	.568	.814
Y5	23.34	12.004	.568	.814
Y6	23.34	11.661	.595	.810
Y7	23.70	10.737	.495	.828
Y8	23.72	10.648	.562	.815

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Sedangkan untuk uji reliabilitas dalam variabel X dan Y disimpulkan bersifat reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* yang telah diuji memperoleh nilai di atas 0,6.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penggunaan Media Sosial Telegram (X)

<i>Reliability Statistics</i>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.841	8

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik (Y)

<i>Reliability Statistics</i>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.833	8

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwasanya memiliki keterkaitan dengan teori yang dipakai dalam penelitian ini. Terdapat empat dimensi yang dikemukakan oleh Chris Heuer yaitu *communication*, *collaboration*, *context*, dan *connection* (Solis, 2010). Dan lima dimensi dalam memenuhi kebutuhan informasi menurut Katz, Gurevitch, dan Hass, adalah kebutuhan secara afektif, kebutuhan

pribadi secara integratif, kebutuhan sosial secara integratif, kebutuhan secara kognitif, dan kebutuhan pelepasan ketegangan (Lusiana, 2017). Kelima jenis kebutuhan itu, semuanya berkaitan dengan informasi dan penggunaan Telegram untuk memenuhi kebutuhan informasi Mahasiswa. Kebutuhan informasi yang dimaksud ada berbagai jenis, namun jenis yang dipakai akan disesuaikan dengan penggunaan Telegram sebagai variabel X.

4. Simpulan

Terdapat pengaruh antara pengguna Telegram dalam memenuhi kebutuhan informasi akademik. Dari hasil regresi linear sederhana yaitu $Y = 3,999 + 0,830X$, dengan demikian dijelaskan bahwa ketika penggunaan media sosial Telegram mengalami kenaikan maka pemenuhan kebutuhan informasi akademik akan meningkat bagi Mahasiswa Fikom Untar, begitu pula sebaliknya. Hipotesis atau uji-t menunjukkan bahwa uji signifikansi (Sig.) untuk variabel penggunaan media sosial Telegram diperoleh nilai sig yaitu 0,000 lebih sedikit nilainya dari probabilitas yang diperoleh yakni sebesar 0,05, dengan begitu dapat disimpulkan yakni H_0 ditolak dan H_a diterima. Selain itu juga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis terbukti pada 100 sampel responden Mahasiswa Fikom Untar dapat diberlakukan atau digeneralisasikan pada seluruh Mahasiswa Fikom Untar.

Saran dalam penelitian dapat dijabarkan dari dimensi *collaboration* yang memiliki rata-rata paling tinggi dari dimensi lainnya, ini berarti kesesuaian pesan yang disajikan dan manfaat dari mengikuti akun Telegram Fikom Untar sudah baik sekali. Walaupun dimensi lain yang memiliki rata-rata yang sama, maka akun Telegram Fikom Untar diharapkan mampu memperbaiki dimensi-dimensi yang masih kurang bagus, serta akun Telegram Fikom Untar perlu membuka fitur pesan dua arah agar para Mahasiswa dapat mengajukan pertanyaan yang akan diajukan terkait informasi akademik atau hanya sekedar memberikan respon terhadap pesan yang disampaikan akun Telegram Fikom Untar. Selain itu akun Telegram Fikom Untar diharapkan memiliki konsistensi dalam menyediakan serta menyebarkan informasi mengenai akademik dan juga mengkaji ulang informasi yang akan disebarkan. Dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwasanya pengguna Telegram sangat mempengaruhi informasi akademik. Dengan demikian akun Telegram Fikom Untar harus mempertahankan media sosial Telegram sebagai sumber informasi akademik terhadap Mahasiswa Fikom Untar. Hal tersebut harus diterapkan secara efisien karena faktor Telegram mempunyai pengaruh sangat tinggi yaitu sebesar 60,3%.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, responden, serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

6. Daftar Pustaka

- Abd hul, Y. (2021, November 25). *Studi Pustaka: Pengertian, Tujuan dan Metode*. Deepublishstore.Com. <https://deepublishstore.com/studi-pustaka/>
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2012). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (R. Karyanti, Ed.; III Revisi). Simbiosis Rekatama Media.

- Arif, M. (2022). *Profil Internet Indonesia 2022*. <https://apjii.or.id/survei/surveiprofilinternetindonesia2022-21072047>
- Lusiana, D. (2017). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kuliner Para Followers Akun @Jktfoodbang. 1*(2). <https://doi.org/10.24912/KN.V1I2.1991>
- Sarwono, J. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (2nd ed.). Suluh Media.
- Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. John Wiley & Sons, Inc. https://www.researchgate.net/publication/269554296_Engage_The_complete_guide_for_BRANDS_and_BUSINESSES_to_build_cultivate_and_measure_success_in_the_new_web_--_Brian_Solis_John_Wiley_Sons_Inc
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (26th ed.). Alfabeta.
- Susanto, E., & Erdiansyah, R. (2018). Pengaruh Motif Penggunaan Media dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pembaca Detikcom. *Koneksi*, 2(2), 293–299. <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3898>