

## Efektivitas Konten Media Sosial Instagram @Faktaseventeen Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar

Jessica Audri Bulan Lubis<sup>1</sup>, Lusia Savitri Setyo Utami<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email: [Jessica.915180300@stu.untar.ac.id](mailto:Jessica.915180300@stu.untar.ac.id)

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta\*  
Email: [Lusia@untar.ac.id](mailto:Lusia@untar.ac.id)

Masuk tanggal : 15-12-2021, revisi tanggal : 06-01-2022, diterima untuk diterbitkan tanggal : 16-01-2022

---

### Abstract

*SEVENTEEN is a singer or boy group from South Korea. The @factseventeen account on Instagram currently contains information related to all activities of the SEVENTEEN Boyband, both in front of the camera and behind the camera. The Instagram account @factseventeen was founded on July 31, 2016, a year since SEVENTEEN officially debuted, and is the oldest and most up-to-date SEVENTEEN fan account. This study aims to find out how effective @factseventeen's Instagram content is to meet the information needs of SEVENTEEN fans. The respondents chosen by this researcher are Instagram followers from @factseventeen as fans of the SEVENTEEN band. The researcher uses the uses and gratification theory. This study uses a quantitative and survey of 100 respondents as a sample with a questionnaire as a research instrument used by researchers. the results of the study, obtained a positive and significant influence between the variables of the effectiveness of the Instagram account @factseventeen (X) on the fulfillment of the information needs of SEVENTEEN (Y) fans by consumers. The effectiveness of the content of the Instagram account @factseventeen has an influence on the variable of meeting the information needs of SEVENTEEN fans by 69.0%.*

**Keywords:** *Effectiveness of Social Media Content, Fulfilling Information Needs, @factseventeen, Seventeen,*

### Abstrak

SEVENTEEN merupakan grup penyanyi atau *boy group* yang berasal dari Korea Selatan. Akun @faktaseventeen di Instagram saat ini berisi informasi yang terkait dengan segala aktivitas *Boyband* SEVENTEEN, baik di depan kamera maupun di balik kamera. Akun Instagram @faktaseventeen didirikan pada 31 Juli 2016, setahun sejak SEVENTEEN resmi debut, dan merupakan akun khusus penggemar grup SEVENTEEN terlama dan paling *up to date*. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif konten Instagram @faktaseventeen untuk memenuhi kebutuhan informasi penggemar SEVENTEEN. Responden yang dipilih oleh peneliti ini yaitu pengikut Instagram dari @faktaseventeen selaku penggemar dari grup band SEVENTEEN. Peneliti menggunakan teori *uses and gratification*. Penelitian ini menggunakan berupa kuantitatif dan survey terhadap 100 responden sebagai sampel dengan kuesioner sebagai instrumen penelitian yang digunakan peneliti. hasil penelitian, mendapatkan pengaruh positif dan signifikan antara variabel efektivitas akun Instagram @faktaseventeen (X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi penggemar SEVENTEEN (Y) oleh konsumen. Efektivitas konten akun Instagram @faktaseventeen mempunyai pengaruh terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi penggemar SEVENTEEN sebesar 69,0%.

**Kata Kunci:** *Seventeen, Efektivitas Konten Media Sosial, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, @faktaseventeen*

## 1. Pendahuluan

*Platform* media sosial seperti Instagram merupakan salah satu pilihan *Fans* K-Pop berkumpul dengan penggemar lainnya di dunia maya. *Fans* menggunakan Instagram sebagai media sosial di antara para penggemar, mencari dan menyebarkan informasi tentang idola favorit mereka (Afifah & Kusuma, 2019). Sebagian akun penggemar K-Pop di Instagram memiliki karakteristik yang berbeda-beda, ada yang sering memberikan informasi terkait idola, menerjemahkan artikel Korea ke dalam bahasa Indonesia, membagikan gambar terkait idola, dan membuat cerita fiksi untuk akun penggemar. Sebagian besar penggemar K-Pop mempunyai kelompok khusus untuk mereka bagikan. Kelompok tersebut biasanya adalah website yang dibuat oleh fans, tetapi juga website yang berorientasi pada fans, seperti situs jejaring sosial seperti website, group chat dan Instagram, juga dapat memudahkan K-Popers dalam melakukan aktivitas *fans* dan bertukar informasi idola. (Rofifah Yumna, 2020).

Menurut para penggemar K-Pop, Instagram digunakan untuk kegiatan *fangirling/fanboying* karena hal pertama yang mereka lihat adalah gambar seorang idola. *Fans* lebih tertarik untuk melihat dari unggahan Instagram Idola. (Rinata & Dewi, 2019). Salah satu akun Instagram yang dimanfaatkan untuk menjadi *platform* informasi mengenai idola yang digemari dan berisikan informasi yang sangat lengkap dan memenuhi kebutuhan penggemarnya ialah @faktaseventeen, yaitu akun penggemar dari *Boy Group* K-Pop, Seventeen.

SEVENTEEN merupakan grup penyanyi atau *boy group* yang berasal dari Korea Selatan yang bekerja dengan agensi PLEDIS Entertainment sejak tahun 2015, namun pada tahun 2020, SEVENTEEN resmi bergabung dengan agensi BigHit Entertainment dikarenakan BigHit membeli saham PLEDIS. SEVENTEEN terdiri dari 13 anggota yaitu S.Coups, Jeonhan, Joshua, Jun, Hoshi, Wonwoo, Woozi, The8, Mingyu, DK, Seungkwon, Vernon, dan Dino. Seventeen merupakan salah satu grup K-Pop generasi ketiga yang sangat populer di kalangan para penggemar K-Pop. Dan fandom yang populer tersebut adalah *Carats*, yaitu nama untuk penggemar *boy group* Seventeen. Mayoritas anggota SEVENTEEN mengikuti audisi untuk PLEDIS Entertainment setelah tim agensi menemukan potensi mereka saat bertemu di lokasi tertentu.

Penggunaan akun @faktaseventeen di Instagram saat ini berisi informasi yang terkait dengan segala aktivitas *Boyband* Seventeen. Baik di kamera maupun di balik kamera. Seperti memberikan jadwal yang berisi kegiatan apa yang akan dilakukan maupun telah dilakukan dan juga informasi mengenai kehidupan sehari-harinya agar para penggemar mengetahui keadaan *boygroup* yang digemarinya.

Akun Instagram @faktaseventeen didirikan pada 31 Juli 2016, setahun sejak SEVENTEEN resmi debut, dan merupakan akun khusus penggemar grup SEVENTEEN terlama dan paling *up to date*, dikarenakan akun Instagram tersebut memberikan informasi mengenai kehidupan sehari-hari anggota yang didapatkan dari berbagai *platform* media sosial mereka seperti Twitter, Weverse, Daum Café dan V Live Akun @faktaseventeen dapat mendapatkan berbagai informasi Seventeen selama 24 jam penuh tanpa melewatkan satu pun berita dari masing-masing anggota. @faktaseventeen dapat mengunggah berita mengenai SEVENTEEN lebih dari lima bahkan bisa mencapai 15 unggahan dari berita sehari-hari hingga jadwal dadakan yang biasa Seventeen dapatkan.

## **Komunikasi Massa**

Komunikasi massa adalah komunikasi dengan menggunakan media massa, baik berupa barang cetakan seperti surat kabar maupun produk elektronik seperti radio, serta media online (internet) yang dikelola oleh orang-orang terlembaga, dan media tersebut untuk sejumlah besar orang. orang tersebar di banyak tempat. (Abdullah, 2013).

### **1. Media Baru (*New Media*)**

Media baru adalah sesuatu yang berbasis internet dan teknologi digital, termasuk ponsel, media sosial, kamera, perangkat lunak berbagi file, mengambil gambar, mengirim email, SMS, berbagi file, mengunggah, mengunduh, dll. . Posisi. , Pembaruan, jaringan, dll. (Pramiyanti et al., 2014). Sederhananya media baru adalah media yang dibuat dari interaksi antara manusia melalui komputer dan internet secara khususnya.

### **2. Media Sosial**

Menurut Meike dan Young, media sosial adalah konvergensi antara komunikasi pribadi dalam arti berbagi antara individu (one-to-one sharing) dan media publik yang dapat dibagikan kepada siapa saja tanpa mengidentifikasi individu. (Setiadi, 2014). Yang berarti sosial media dilakukan dari berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi dalam menerima atau mendapatkan informasi.

### **3. Penggunaan Media Sosial**

Menurut Lometti, Reeves, dan Bybee (Nurkarima, 2018), penggunaan media oleh individu dapat dilihat dari tiga hal, yaitu :

- a. Jumlah waktu, lamanya waktu tergantung pada seberapa sering, seberapa sering, dan berapa lama Anda mengunjungi situs tersebut
- b. Isi media, Memilih media yang tepat dan cara yang tepat untuk memastikan bahwa isi media, yaitu pesan yang disampaikan, tersampaikan benar
- c. Hubungan media dengan individu dalam penelitian ini adalah keterkaitan pengguna dengan media sosial

### **4. Instagram**

Instagram adalah aplikasi berbagi foto dimana pengguna untuk mendapatkan gambar dan membagikannya di berbagai layanan jejaring sosial, termasuk Instagram. Instagram didirikan pada tahun 2010 oleh sahabat Kevin Systrom dan Mike Krieger. (Mahendra, 2017).

### **5. Jenis Kebutuhan Informasi**

Seperti yang dikemukakan oleh Guha dalam Rusdi (Helen & Rusdi, 2019). jenis kebutuhan informasi adalah :

- a. *Current need approach*,
- b. *Everyday need approach*,
- c. *Exhaust need approach*,
- d. *Catching-up need approach*,

### **6. *Uses and Gratifications***

Teori *uses and gratifications* fokus dari tujuan komunikator kepada tujuan komunikasi, yang menentukan fungsi media dalam pelayanan publik. Teori ini menggunakan media untuk menemani dunia luar dan meminta informasi. Pengguna media merupakan bagian aktif dari proses komunikasi yang berlangsung dan mengolah media yang digunakannya secara berorientasi pada tujuan. (Arianti, 2017).

## 7. Efektivitas

Efektivitas adalah ukuran dari tujuan rinci atau tujuan yang ditetapkan sebelumnya. Efektivitas juga berkaitan dengan pertanyaan bagaimana tujuan atau hasil yang dicapai dapat dicapai, kegunaan atau kegunaan dari hasil yang diperoleh, tingkat kinerja fungsional elemen atau komponen, dan pertanyaan tentang kepuasan pengguna.(Abdokhoda, 2019).

## 2. Metode Penelitian

Penelitian dilakukan menggunakan metode pendekatan penelitian kuantitatif, bertujuan untuk mengetahui efektivitas konten Instagram @Faktaseventeen terhadap pemenuhan kebutuhan informasi penggemar. Metode penelitian yang penulis gunakan yaitu survei Dengan menggunakan metode angket atau kuisisioner yang akan dijelaskan lebih lanjut nantinya, peneliti ingin menggali data terkait efektivitas media sosial Instagram @Faktaseventeen terhadap pemenuhan kebutuhan.

Populasi yang penulis maksud dari penelitian ini adalah pengikut (*followers*) akun Instagram @Faktaseventeen yang berjumlah lebih kurang 94.400 ribu pengikut (*followers*). Sampel dari penelitian ini adalah pengikut (*followers*) dari akun Instagram @Faktaseventeen. Jumlah sampel ini dapat ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin.

Dari hasil perhitungan ukuran sampel maka sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden, dari populasi sebanyak 94.400 pengikut akun media sosial @Faktaseventeen pada periode 2021. Peneliti menggunakan *google form* untuk menyebarkan kuisisioner. Peneliti menggunakan teknik keabsahan data berupa uji validalitas dan uji reliabilitas.

## 3. Hasil Temuan dan Diskusi

Ditulis dengan *font* Times New Roman, ukuran 12 poin, interval 1. Hasil survei diungkapkan dengan jelas dan mudah dalam kalimat sederhana. Setelah hasil diumumkan, akan diumumkan hasil pembahasan konsep teoritis yang digunakan. Temuan sebaiknya dilengkapi dengan grafik, tabel, dan gambar. Aturan untuk menggambar tabel dan diagram adalah sebagai berikut

### 1) Uji Validalitas

Peneliti menggunakan r tabel dengan taraf signifikansi 5% untuk 100 responden sebesar 0,165. Berikut merupakan hasil uji validalitas berdasarkan responden sebanyak 100 orang.

**Tabel 1.** Hasil Uji Validalitas Variabel X

No. Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X.1	0,401	0,165	Valid
X.2	0,373	0,165	Valid
X.3	0,846	0,165	Valid
X.4	0,822	0,165	Valid
X.5	0,804	0,165	Valid
X.6	0,811	0,165	Valid
X.7	0,829	0,165	Valid
X.8	0,815	0,165	Valid

Y.1	0,892	0,165	Valid
Y.2	0,846	0,165	Valid
Y.3	0,900	0,165	Valid
Y.4	0,916	0,165	Valid
Y.5	0,944	0,165	Valid
Y.6	0,892	0,165	Valid
Y.7	0,902	0,165	Valid
Y.8	0,857	0,165	Valid
Y.9	0,871	0,165	Valid
Y.10	0,927	0,165	Valid
Y.11	0,810	0,165	Valid
Y.12	0,877	0,165	Valid
Y.13	0,902	0,165	Valid
Y.14	0,890	0,165	Valid
Y.15	0,903	0,165	Valid
Y.16	0,838	0,165	Valid
Y.17	0,856	0,165	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS.25

Dapat dilihat pada tabel diatas menjelaskan bahwa nilai *sig two-tailed* dari setiap butir pernyataan yang ada dalam variabel X dan Y lebih besar dari 0,165. Menunjukkan setiap indikator pernyataan dari variabel X dan Y layak digunakan Telah divalidasi.

## 2) Uji Validalitas

Dalam menentukan tingkatan reliabilitas penelitian, peneliti menggunakan tes konsistensi internal dengan *cronbach alpha* atau biasa disebut dengan *alpha coefficient*. Nilai koefisien alpha yang digunakan yaitu  $>0,70$ .

**Tabel 2.** Hasil Uji Validalitas Variabel X

No. Item	Cronbach Alpha	Keterangan
X.1	0,867	Reliabel
X.2	0,865	Reliabel
X.3	0,766	Reliabel
X.4	0,779	Reliabel
X.5	0,780	Reliabel
X.6	0,781	Reliabel
X.7	0,769	Reliabel
X.8	0,772	Reliabel
Y.1	0,984	Reliabel
Y.2	0,984	Reliabel
Y.3	0,983	Reliabel
Y.4	0,983	Reliabel
Y.5	0,983	Reliabel
Y.6	0,984	Reliabel
Y.7	0,983	Reliabel
Y.8	0,984	Reliabel
Y.9	0,984	Reliabel
Y.10	0,983	Reliabel
Y.11	0,985	Reliabel
Y.12	0,984	Reliabel

Y.13	0,983	Reliabel
Y.14	0,984	Reliabel
Y.15	0,983	Reliabel
Y.16	0,984	Reliabel
Y.17	0,984	Reliabel

Sumber : Data Olahan SPSS.25

Dari tabel diatas menjelaskan nilai *cronbach alpha* dari setiap butir pernyataan yang ada dalam variabel X dan Y lebih besar dari 0,70. Menunjukkan setiap indikator pernyataan pada variabel X dan Y layak untuk digunakan dan dinyatakan reliabel serta dapat digunakan dalam penelitian ini.

### 3) Uji Normalitas

Berfungsi untuk mengetahui bahwa suatu penelitian berdistribusi normal atau tidak. Berikut penyajian hasil uji normalitas dalam bentuk tabel.

**Tabel 3.** Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogrov-smirnov Test

N	<i>Unstandardized Residual</i>	
	100	
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	7.60155135
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.076
	<i>Positive</i>	.068
	<i>Negative</i>	-.076
<i>Test Statistic</i>	.076	
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	.171 <sup>c</sup>	

a. *Test distribution is Normal.*  
b. *Calculated from data.*

Berdasarkan tabel diatas, bahwa nilai *asympt sig. (2-tailed)* sebesar 0,171 yang berarti bahwa nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Maka disimpulkan bahwa variabel X (efektivitas konten media sosial akun Instagram @faktaseventeen) dan variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi penggemar Seventeen.) berdistribusi normal.

### 4) Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis pengaruh antara dua variabel yang terdiri dari variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) dan digunakan untuk membuat dan mengestimasi persamaan.

**Tabel 4.** Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.540	4.441		2.374	.020
	Efektivitas	2.033	.138	.830	14.754	.000

a. Dependent Variable: Pemenuhan

$$Y = a + bX$$

$$Y = 10.540 + 2.033X$$

Dapat dilihat dari tabel di atas nilai Constant (a) sebesar 10.540, dan nilai efektivitas konten media sosial akun Instagram @faktaseventeen (b / koefisien regresi) sebesar 2.033. Kostanta sebesar 10.540, mengandung arti jika nilai konsistensi variabel pemenuhan kebutuhan informasi penggemar Seventeen sebesar 10.540. Koefisien regresi X sebesar 2.033 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai efektivitas konten akun Instagram @faktaseventeen. Koefisien regresi tersebut bernilai positif. Sehingga dapat dinyatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

### 5) Analisis Korelasi Parsial (*Pearson Product Moment*)

**Tabel 5.** Hasil Uji Korelasi Parsial

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.830 <sup>a</sup>	.690	.686	7.64024

a. *Predictors: (Constant), Efektivitas*

Berdasarkan hasil nilai korelasi di atas yaitu sebesar 0,830. Hasil pengolahan tersebut diperoleh koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,690. Ini menunjukkan pengertian pengaruh variabel efektivitas konten akun Instagram @faktaseventeen terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi penggemar Seventeen sebanyak 69,0%.

### 6) Uji T

Uji T digunakan untuk uji hipotesa. <sup>4</sup>Tabel yang digunakan berdasarkan tabel distribusi nilai <sup>4</sup>tabel untuk 100 responden. Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel analisis regresi linear sederhana, dapat ditemukan bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , hingga dapat disimpulkan jika variabel efektivitas konten akun Instagram @faktaseventeen (X) berpengaruh terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi penggemar Seventeen (Y).

Berdasarkan pertanyaan dan pernyataan pada kuesioner yang ada dalam variabel efektivitas konten media sosial akun Instagram @faktaseventeen di atas, dapat disimpulkan bahwa konten media sosial akun Instagram @faktaseventeen memiliki tingkat efektivitas yang kuat. Ini dibuktikan dengan jawaban-jawaban dari responden yang mayoritas menjawab sangat setuju dari pertanyaan dan pernyataan pertama hingga terakhir pada variabel efektivitas konten media sosial akun Instagram @faktaseventeen yang kuat dan efektif. Dalam efektivitas konten media sosial akun Instagram @faktaseventeen, peneliti mengidentifikasi bahwa konsep media baru (*new media*) berkesinambungan dengan variabel pada penelitian ini yaitu penggunaan media sosial (X) karena pada variabel ini berkaitan dengan media sosial yang merupakan bagian dalam media baru. Peneliti merumuskan dimensi dalam variabel penggunaan media sosial (X) yaitu jumlah waktu, isi media, dan hubungan media dengan individu. Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang dimana penggunaannya mengambil gambar dan membagikannya di berbagai jejaring sosial, termasuk Instagram. Instagram didirikan pada tahun 2010 oleh sahabat Kevin Systrom dan Mike Krieger. (Mahendra, 2017). Selain mengunggah foto, Instagram juga dapat menambahkan *caption* untuk setiap foto yang hendak diunggah guna memberikan penjelasan mengenai foto tersebut. Terdapat juga fitur *tags* dan *hashtag* untuk menandai

*followers* atau *following* dan mengelompokan unggahan tersebut. Fitur *tags* tersebut juga memudahkan para pengguna Instagram dalam mencari sesuatu yang diinginkan. Pada penelitian ini pun media sosial Instagram sangat berperan untuk menjadi media komunikasi serta penyebaran pesan-pesan yang mengandung informasi dari akun Instagram kepada pengikutnya.

Berdasarkan pemaparan data kuesioner yang diperoleh dari 100 responden pada variabel X (efektivitas penggunaan Instagram @faktaseventeen) dan variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi) di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara penggunaan Instagram @faktaseventeen dengan pemenuhan kebutuhan informasi pengikut (*followers*) akun Instagram @faktaseventeen. Hal tersebut dibuktikan pada hasil analisis korelasi parsial yang menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) yang didapat sebesar 0,830, maka dapat diartikan bahwa tingkat hubungan antarvariabel terbilang sangat kuat.

Penggunaan media sosial yang dimiliki oleh pengikut (*followers*) akun Instagram @faktaseventeen termasuk ke dalam kategori penggunaan media sosial yang kuat serta tingkat pemenuhan kebutuhan informasi yang kuat sehingga dinyatakan bahwa akun Instagram @faktaseventeen sangat efektif dalam pemenuhan kebutuhan informasi untuk para pengikut akun Instagram @faktaseventeen selaku penggemar SEVENTEEN. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil yang diperoleh dari kuesioner mengenai efektivitas penggunaan Instagram @faktaseventeen terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikut akun Instagram @faktaseventeen. Dilihat 25 butir pertanyaan serta pernyataan mewakili setiap konsep pada variabel X dan variabel Y yang dijawab oleh para responden dan menunjukkan hasil bahwa penggunaan Instagram @faktaseventeen sangat efektif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para pengikut selaku penggemar SEVENTEEN. Hal ini juga didukung dengan teori *uses and gratification*, yang menjelaskan bagaimana setiap individu memiliki kebutuhan akan media massa yakni contohnya adalah media sosial Instagram. Instagram merupakan media sosial yang banyak digunakan sebagai media kebutuhan akan hiburan, informasi dan sebagainya. Adanya media sosial tersebut membuktikan bahwa bagaimana media memenuhi kebutuhan setiap individu sebagai pengguna media sosial. Berkaitan dengan penelitian ini, teori ini terbukti bahwa para pengikut akun Instagram @faktaseventeen selaku para penggemar grup SEVENTEEN secara aktif mencari informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka dengan menggunakan media sosial Instagram serta melalui akun Instagram @faktaseventeen. Para pengikut (*followers*) pun secara intensif mengakses informasi-informasi terkait SEVENTEEN melalui akun Instagram @faktaseventeen. Selain itu, akun Instagram @faktaseventeen dinilai sebagai media penyebaran informasi SEVENTEEN yang kredibel dan dapat dipercaya oleh para penggemar SEVENTEEN. Oleh karena itu, dengan adanya akun Instagram @faktaseventeen yang menyebarkan informasi-informasi terkait SEVENTEEN yang berupa artikel, konten maupun foto dan video serta dengan adanya fitur *like*, *komen* dan *share* membuat para pengikut (*followers*) selaku penggemar SEVENTEEN merasa puas dan kebutuhan akan informasi SEVENTEEN dapat terpenuhi.

#### 4. Simpulan

Pengikut (*followers*) dari akun Instagram @faktaseventeen selaku penggemar (*fans*) grup SEVENTEEN dapat diketahui bahwa mayoritas dari mereka berjenis kelamin perempuan. Pemakaian Instagram @faktaseventeen memiliki pengaruh

terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikut. Mayoritas responden merasa percaya dan kebutuhan informasi mereka terpenuhi karena pengikut (*followers*) beranggapan bahwa akun Instagram @faktaseventeen merupakan akun Instagram yang dapat dipercayai dan kredibel terhadap informasi-informasi terkait SEVENTEEN, serta memiliki reputasi yang baik di mata para pengikut (*followers*) selaku penggemar gup SEVENTEEN. Akun media sosial Instagram @faktaseventeen memenuhi tiga konsep penggunaan media sosial berdasarkan jawaban responden yang mayoritas sangat setuju pada pertanyaan dengan kriteria ketiga konsep penggunaan media sosial tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahwa akun media sosial Instagram @faktaseventeen memiliki tingkat efektivitas yang kuat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang dimiliki oleh pengikut (*followers*) akun Instagram @faktaseventeen termasuk ke dalam kategori penggunaan media sosial yang kuat dan tingkat pemenuhan kebutuhan informasi yang kuat. Sehingga akun Instagram @faktaseventeen sangat memenuhi indikator efektivitas dalam pemenuhan kebutuhan informasi untuk para pengikut (*followers*) akun Instagram @faktaseventeen selaku penggemar SEVENTEEN. Para pengikut (*followers*) akun Instagram @faktaseventeen selaku penggemar SEVENTEEN sebagai responden cenderung berada di jalur sentral. Artinya bahwa jalur ini memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi penggemar pada penelitian ini dibandingkan dengan jalur perifer.

## 5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada teman-teman peneliti yang membantu dan memotivasi peneliti hingga dapat menyelesaikan penelitian ini.

## 6. Daftar Pustaka

- Abdokhoda, M. (2019). *Faktor Investigasi yang Mempengaruhi Penerimaan Teknologi oleh Teknologi, Bagian Catatan Medis Berdasarkan Model Penerimaan Teheran, di Rumah Sakit Universitas Ilmu Kedokteran*.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Abdullah, M. Q. (2013). Teori komunikasi media massa. *Teori Komunikasi Media Massa*, 1996, 1.
- Afifah, E. O., & Kusuma, T. (2019). Analisis Komunikasi Antar Penggemar Seventeen Sebagai Cyberfandom Di Twitter. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 12(1), 71–80.
- Arianti, G. (2017). Kepuasan remaja terhadap penggunaan media sosial instgram dan path. 180–192.
- Asy-syukriyyah, M. P. (2014). *Persuasi Dalam Media*.
- Fatmawati, E. (2015). Kebutuhan Informasi Pemustaka Dalam Teori Dan Praktek. *Info Persada*, 13(1), 1–12.
- Gafar, A. (2008). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi Vol.8 No. 2 Juli 2008 Penggunaan Internet Sebagai Media Baru dalam Pembelajaran* Abdoel Gafar 1. *Penggunaan Internet Sebagai Media Baru Dalam Pembelajaran*, 8(2), 36–43.
- Habibie, D. K. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79.

- Helen, H., & Rusdi, F. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Prologia*, 2(2), 355.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif & Mixed Methode* (Edisi Pertama ed.). Hidayatul Quran Kuningan.
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1), 151–160.
- Nora, H. Y., & Latief, M. C. (n.d.). ( *Studi Kasus Program Acara ' Bukan Empat Mata ' di Trans 7* ).
- Nurkarima, N. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Akhlakul Karimah dan Akhlakul Madzmumah Siswa Di SMAN 1 Kauman Tahun Ajaran 2017/2018. *Institutional Repository*, 11.