

## **Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers***

Helen, Farid Rusdi

*helenwong191@gmail.com, faridr@fikom.untar.ac.id*

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara.

### ***Abstract***

*@Jktinfo is an Instagram account based on information content around the Jakarta area. With the existence of this account, it make it easier for people to find information that happens in Jakarta. The author is interested in finding out if the uses of Instagram account @jktinfo have influence to information needs of their followers. The purpose of this research is to finding out if the uses of Instagram account @jktinfo have influence to information needs of their followers. Theories that used in this study are uses the theory of mass communication, new media, uses and gratification theory, uses of social media, instagram, and information needs. The research method that used in this research is quantitative descriptive. This research collected data by distributing questionnaires to 100 respondents determined by nonprobability sampling and incidental sampling techniques. The data obtained were analyzed using validity test, reliability test, normality test, simple linear regression analysis, correlation coefficient, coefficient of determination, and t test. The results of this linear regression analysis  $Y = 0.564 + 0.880X$  with a significant value (sig.) of 0.000, which means the information of Instagram account @jktinfo have significant influence to information needs of their followers.*

**Key Words:** *Social Media, Instagram, Information Needs*

### **Abstrak**

@Jktinfo adalah akun Instagram berbasis konten informasi seputar wilayah Jakarta. Akun tersebut memudahkan masyarakat dalam mencari informasi yang sedang terjadi di Jakarta. Penulis tertarik untuk mengetahui pengaruh penggunaan akun instagram @jktinfo terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan akun instagram @jktinfo terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini mencakup teori komunikasi massa, media baru, *uses and gratification*, penggunaan media sosial, instagram, dan kebutuhan informasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang ditentukan melalui *nonprobability sampling* dan teknik sampling insidental. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linear sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji t. Dari penelitian ini diperoleh hasil persamaan regresi linear  $Y = 0.564 + 0.880X$  dengan nilai signifikan (sig.) sebesar 0.000, yang berarti penggunaan media sosial akun instagram @jktinfo memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followersnya*.

**Kata Kunci :** Media Sosial, Instagram, Kebutuhan Informasi

## 1. Pendahuluan

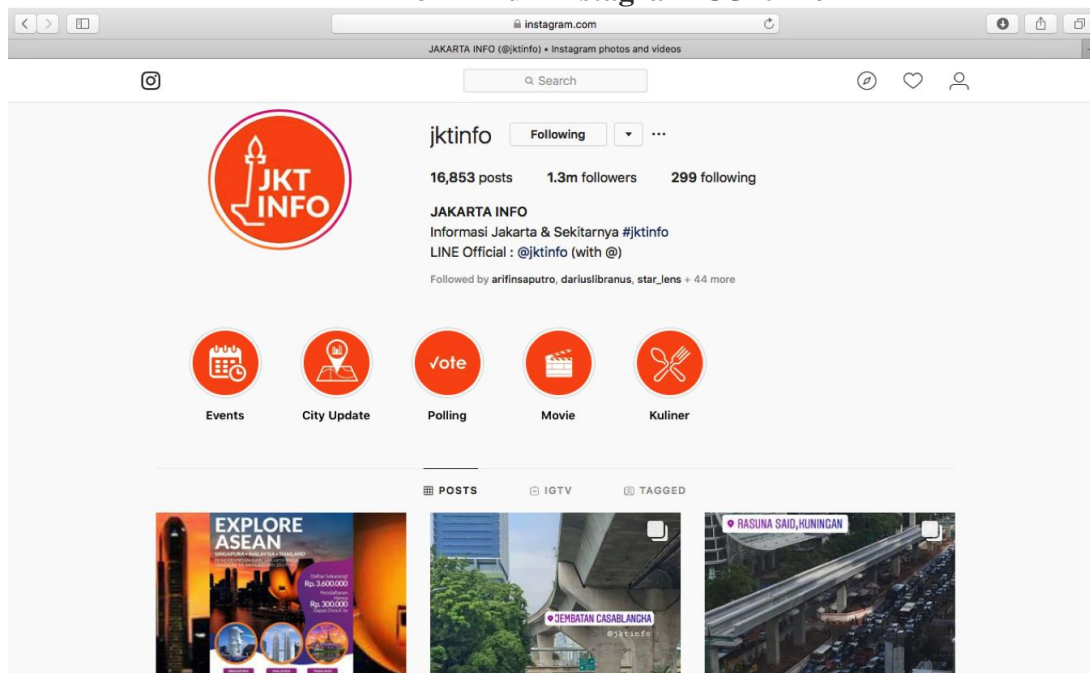
Kemudahan penggunaan internet yang dapat diakses kapan saja melalui *handphone*, laptop, atau tablet dan dapat dibawa kemana saja, membuat media sosial tidak hanya sebagai sarana berkomunikasi, melainkan juga sebagai sarana pencarian informasi. Hal tersebut menyebabkan media konvensional seperti televisi, koran, radio, majalah dikesampingkan oleh masyarakat.

Bahkan akses media konvensional saat ini sudah berbasis internet. Bukti media konvensional telah tergantikan oleh media elektronik dan internet terlihat dari survei dari *We Are Social* dan *hootsuite*, mengatakan bahwa rata-rata orang Indonesia menghabiskan waktu untuk mengakses media sosial selama 3 jam 23 menit perharinya. Menurut *We Are Social* dalam survei *The Most Active Media Social Platforms*, Instagram menempati posisi ke 3 sebagai jaringan sosial yang paling banyak digunakan. (tekno.kompas.com, 14 September 2018)

Instagram adalah salah satu media sosial berbentuk sebuah aplikasi dari *smartphone* sebagai sarana penyebaran informasi dengan berupa gambar atau video. (Atmoko, 2012:10)

Sekarang ini, banyak akun Instagram yang berisi konten informasi, salah satunya adalah @jktinfo. @jktinfo adalah akun Instagram berbasis konten informasi yang disertai gambar dan video mengenai seputar wilayah Jakarta. Dengan adanya akun instagram ini, masyarakat dapat mencari informasi apapun yang sedang terjadi di Jakarta dengan mudah. Karena saat ini banyak bermunculan akun Instagram yang khusus mengunggah foto dan informasi tentang apa yang sedang terjadi di Jakarta. Banyaknya *followers* di dalam salah satu akun Instagram dapat mempengaruhi *followers* lainnya untuk mempercayai akun tersebut. Akun @Jktinfo ini memiliki lebih dari 1,1 juta *followers* dan postingan foto sebanyak 14.300 per tanggal 14 September 2018.

**Gambar 1**  
**Profil Akun Instagram @Jktinfo**



Sumber: <https://www.instagram.com/jktinfo/>

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis ingin membuktikan apakah penggunaan media sosial akun instagram @jktinfo memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikutnya.

Hipotesis yang dapat peneliti rumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho : Tidak terdapat pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* di Jakarta.

Ha : Terdapat pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* Jakarta.

Teori-teori yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Media Sosial

Media Sosial adalah *platform* yang ada pada jaringan internet yang digunakan oleh masyarakat untuk berinteraksi dan menyebarkan informasi secara global dan cepat. Beragam jenis media sosial telah bermunculan saat ini, masyarakat dapat memilih sendiri media sosial mana yang dapat mereka manfaatkan untuk memenuhi kebutuhannya, salah satunya yaitu memenuhi kebutuhan informasi. Penelitian yang dilakukan oleh Chris Heuer (Solis, 2010: 263) (dalam Hanum dan Husna, 2016) terdapat 4C dalam penggunaan media sosial, yaitu:

1. *Context*

Bagaimana membentuk pesan/informasi. Misalnya, bentuk pesan, penggunaan bahasa maupun isi pesan.

2. *Communication*

Bagaimana cara penyampaian pesan atau informasi.

3. *Collaboration*

Membangun hubungan kerja sama untuk membangun situasi yang lebih baik, efisien dan efektif.

4. *Connection*

Menjaga hubungan agar terbentuk hubungan yang berkelanjutan untuk membuat pengguna media merasa lebih dekat dengan sebuah media.

b. Teori *Uses and Gratification*

Menurut Nurudin (2007:181) dalam (Romli, 2016:51), teori *uses and gratification* membahas mengenai penggunaan media sebagai pemuas kebutuhan. Pengguna media dapat menentukan sendiri media mana yang akan digunakan. Pada teori ini pengguna media berusaha mencari media mana yang dapat menjadi media yang paling dapat dipercaya untuk memenuhi kebutuhannya, salah satunya adalah memenuhi kebutuhan informasi. Pemenuhan kebutuhan informasi dapat dilakukan dengan cara membaca melalui media.

Media disini berperan untuk menarik para pengguna media agar menggunakan mediana sebagai alat pemuas kebutuhan. Pengguna media juga harus berperan aktif dalam menyeleksi informasi yang disebarkan oleh media, tidak langsung menerima informasi begitu saja. Media harus dapat menjaga kepercayaan yang telah diberikan pengguna media, maka pengguna media disini memiliki peranan yang sangat penting.

c. Kebutuhan Informasi

Terdapat empat pendekatan yang menjelaskan kebutuhan informasi pengguna media sosial. Pendekatan ini dikemukakan oleh Guha dalam Syaffril (2004:18-19) (dalam Perdana, Rizal dan Khadijah, 2016), yaitu:

1. *Current need approach*, yaitu pendekatan terhadap pengguna media yang mencari informasi untuk menambah atau memperluas pengetahuannya.
2. *Everyday need approach*, yaitu pendekatan terhadap pengguna yang membutuhkan informasi secara cepat, spesifik, dan rutin.
3. *Exhaust need approach*, yaitu pendekatan terhadap pengguna yang sangat bergantung terhadap informasi yang diperlukannya.
4. *Catching-up need approach*, yaitu pendekatan terhadap pengguna yang mencari perkembangan terbaru pada suatu informasi yang sesuai dengan kebutuhannya.

## 2. Metode Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian ini menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data primer dan studi kepustakaan sebagai data sekunder untuk mengetahui pengaruh penggunaan akun instagram @jktinfo terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikutnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* akun instagram @jktinfo, yaitu 1,1 juta pengikut per tanggal 14 September 2018. Penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling*, artinya tidak semua populasi dapat dijadikan sampel penelitian (Sugiyono, 2013:154). Teknik yang digunakan adalah *sampling insidental*, yaitu pengambilan sampel secara kebetulan bertemu dan sesuai kriteria untuk dijadikan sumber data (Sugiyono, 2013:156).

Dalam menentukan banyak sampel, penulis menggunakan rumus slovin (Sugiyono, 2006:57). Hasil yang didapatkan ada sebanyak 100 responden untuk dijadikan sampel penelitian dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Kuesioner tersebut berisi pernyataan yang berkaitan dengan penelitian dan dijawab oleh responden dengan pilihan jawaban 1-5 atau sangat tidak setuju-setuju (Skala Likert). Kuesioner tersebut disebarakan kepada 100 responden yang merupakan *followers* akun instagram @jktinfo.

Penelitian ini melakukan teknik analisis data dengan uji:

1. Uji Validitas, bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu butir pernyataan. Untuk mengetahui butir pernyataan valid atau tidak, digunakan nilai patokan 0,2 pada kolom *Corrected item – Total Correlation*. Jika angka korelasi diatas 0,2 maka dinyatakan butir pernyataan tersebut valid (Nisfianoor, 2013:298).
2. Uji Reliabilitas, menurut Singarimbun dan Effendi (2008:140), untuk mengukur sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Penelitian ini menggunakan teknik alpha Cronbach. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel jika koefisien reabilitas  $> 0,6$  (Siregar, 2013:57).
3. Uji Normalitas, memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi dengan normal atau tidak (Ghozali 2018: 161). Uji normalitas dapat dideteksi dengan beberapa cara, salah satunya adalah menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-smirnov*. Bila nilai *Asymp. Sig (2-tailed)*  $\geq 0,05$ , maka data berdistribusi normal. Sebaliknya, bila nilai *Asymp. Sig (2-tailed)*  $< 0,05$ , maka data tidak berdistribusi normal.
4. Koefisien Korelasi, bertujuan untuk mengukur kekuatan dan menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen (Ghozali 2018). Hasil dari pengujian ini terletak diantara nilai korelasi 0 sampai

- dengan 1. Apabila nilai yang dihasilkan mendekati angka 0, maka tidak ada hubungan antar variabel X dan Y. Apabila semakin mendekati angka 1, maka hubungan variabel X dan Y memiliki hubungan yang sempurna.
5. Koefisien Determinasi, Menurut Imam Ghozali (2016:98) tujuan koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen.
  6. Analisis Regresi Sederhana, Analisis ini digunakan untuk melihat pengaruh variabel X terhadap variabel Y dengan menggunakan persamaan regresi. (Uyanto, 2009:233).
  7. Uji t, untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel X dapat menjelaskan variasi variabel Y (Ghozali 2018, 179). Kriterianya, Jika nilai  $Sig. \geq 0,05$ , maka  $H_a$  tidak diterima, sehingga tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Sebaliknya, Jika nilai  $Sig. < 0,05$ , maka  $H_a$  diterima, sehingga terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

### 3. Hasil Temuan dan Diskusi

**Tabel 1**  
**Hasil Koefisien Korelasi (R) Variabel Penggunaan Media Sosial (X)**

	<b>R</b>	<b>R<sup>2</sup></b>
<b>Penggunaan Media Sosial terhadap Kebutuhan Informasi</b>	<b>0.809</b>	<b>0.655</b>

*Sumber : Hasil kuesioner yang diolah dengan SPSS*

Berdasarkan tabel 1, diperoleh kesimpulan bahwa nilai koefisien korelasi (R) untuk variabel independen Penggunaan Media Sosial (X) adalah sebesar 0.809. Artinya bahwa hubungan antara X dan Y berada di koefisien 0.80-1.000, yaitu memiliki hubungan yang sangat kuat.

Berdasarkan tabel 1 juga diperoleh koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.655. Berarti kemampuan variabel independen pengaruh penggunaan media sosial akun instagram @jktinfo (X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* adalah sebesar 65,5% ( $0.655 \times 100\%$ ), sedangkan sisanya adalah 34,5% ( $100-65,5$ ) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel X yang tidak dijelaskan dalam model regresi penelitian ini.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Test of Significant ( Uji t ) Variabel Penggunaan Media Sosial (X)**

<b>Penggunaan Media Sosial terhadap Kebutuhan Informasi</b>			
<b>a</b>	<b>0.564</b>	<b>t</b>	<b>13.648</b>
<b>b</b>	<b>0.880</b>	<b>Sig</b>	<b>0.000</b>

*Sumber : Hasil kuesioner yang diolah dengan SPSS*

Berdasarkan tabel 2, konstannya (a) adalah 0.564, sedangkan nilai koefisien regresi variabel Penggunaan Media Sosial (b) adalah 0.880. sehingga dapat ditemukan persamaan regresi sederhana yaitu  $Y = 0.564 + 0.880X$ . Artinya, nilai 0.564 merupakan nilai konstan yang menunjukkan bahwa jika variabel Penggunaan Media Sosial bernilai 0, maka nilai Kebutuhan Informasi *followers* mencapai 0.564.

Sedangkan 0.880 merupakan koefisien regresi variabel Penggunaan Media Sosial (X) yang menunjukkan bahwa setiap ada penambahan nilai sebesar 1% untuk Penggunaan Media Sosial (X), maka variabel Kebutuhan Informasi *followers* (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0.880. Jadi, semakin besar nilai X akan mempengaruhi peningkatan nilai Y karena nilai b bernilai positif.

Hasil uji t untuk variabel Penggunaan Media Sosial memperoleh nilai sebesar 13.648 dan signifikan (*sig.*) sebesar 0.000. Artinya, *Sig.* < 0.05, maka menunjukkan  $H_a$  diterima, sehingga dapat diketahui variabel pengaruh penggunaan media sosial akun instagram @jktinfo (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* di Jakarta (Y).

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa penggunaan media sosial akun instagram @jktinfo (X) memiliki pengaruh terhadap kebutuhan informasi *followersnya* (Y), yaitu sesuai dengan hipotesis ( $H_a$ ) peneliti. Dalam teori *uses and gratification*, Nurudin mengatakan bahwa pengguna media disini berperan aktif dalam memilih media mana yang menurut mereka adalah media yang paling baik untuk mereka gunakan sebagai pemenuhan kebutuhan, salah satunya adalah pemenuhan kebutuhan informasi. Pemenuhan kebutuhan informasi dapat dilakukan dengan cara membaca melalui media. Pengguna media juga harus aktif dalam menyaring informasi yang diberikan dan tidak menelan langsung informasi. Dalam penelitian ini, dari 100 responden yang dijadikan sampel penelitian, penggunaan media sosial akun instagram @jktinfo memiliki pengaruh yang besar, yaitu 65,5% sebagai alat pemenuhan kebutuhan informasi yang menurut mereka sebagai sumber yang paling baik di media sosial instagram.

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial akun instagram @jktinfo merupakan faktor yang memiliki pengaruh sangat tinggi sebagai pemenuhan kebutuhan informasi seputar wilayah Jakarta bagi para *followersnya*. Semakin tinggi tingkat *context, communication, collaboration*, dan *connection* sebagai dimensi dari penggunaan media sosial, maka semakin tinggi juga pengaruhnya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi penggunaannya (*current need approach, everyday need approach, exhaust need approach, catching-up need approach*).

#### 4. Simpulan

Dari hasil uji yang telah dilakukan, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji, terbukti bahwa variabel independen (X), yakni penggunaan media sosial instagram akun @jktinfo memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap variabel dependen (Y), yakni pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil analisis koefisien korelasi (R) yang bernilai sebesar 0.809, yaitu berada di koefisien 0.80-1.000 yang berarti sangat kuat. Selain itu, penggunaan media sosial (X) termasuk salah satu faktor pengaruh yang besar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y) karena hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) memiliki nilai sebesar 65,5%, yang artinya pengaruh penggunaan media sosial instagram akun @jktinfo (X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* (Y) sebesar 65,5%.
2. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, nilai konstan yang diperoleh sebesar 0.564. hal tersebut menunjukkan bahwa jika nilai Penggunaan Media Sosial sebesar 0, maka nilai Kebutuhan Informasi *followers* memiliki nilai

sebesar 0.564. Hasil koefisien regresi (b) yaitu sebesar 0.880 dan bernilai positif, menunjukkan bahwa setiap ada penambahan nilai sebesar 1% untuk Penggunaan Media Sosial, maka nilai Kebutuhan Informasi *followers* juga mengalami kenaikan sebesar 0.880. Jadi, semakin tinggi penggunaan media sosial instagram akun @jktinfo, maka semakin tinggi juga pengaruhnya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

## 5. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan jurnal ini. Saya menyadari bahwa penyusunan jurnal ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang berguna bagi saya.
2. Kepada keluarga terkasih yang selalu memberi dorongan, semangat, motivasi, serta selalu mendoakan saya dalam menyelesaikan tugas-tugas baik dari perkuliahan.
3. Serta kepada Putri Oktavia H, Avissa Yufen F, Shera Aske C, Felicia, Andriani Ratna T, Stevini A, Terremi Michelle C, dan juga sahabat penulis lainnya yang selalu memberikan dukungan baik dalam bentuk nasihat dan dorongan kepada penulis.
4. Para Responden atau *followers* akun instagram @jktinfo yang meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
5. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya jurnal ini yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu.

Semoga segala dukungan dan bantuan yang telah diberikan kepada saya dapat saya gunakan dengan sebaik-baiknya. saya menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan jurnal ini baik dalam teknik penyajian materi maupun pembahasan. Oleh karena itu segala saran maupun kritikan yang bersifat membangun sangat diharapkan.

Akhir kata semoga jurnal ini dapat bermanfaat dan memberi inspirasi serta dapat menjadi referensi yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

## 6. Daftar Pustaka

- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Edisi Kesembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanum, Luthfia Faridatul dan Jazzimatul Husna. (2016). *Studi Komparasi Pemanfaatan Media Sosial Facebook dan Twitter Oleh Pemustaka di Perpustakaan Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga*. Jurusan Ilmu Perpustakaan Fakultas Ilmu Budaya. Universitas Diponegoro
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Nisfianoor, Muhammad. (2013). *Pendekatan Sistemarika Modern: Aplikasi Dengan Software SPSS dan Eviews*. Jakarta: Penerbit Universitas Trisakti
- Perdana, Cepti Rachman Gilang, Edwin Rizal dan Ute Lies Siti Khadijah. (2012). *Hubungan Twitter Jatinangorku dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Daerah Jatinangor bagi Followers*. Program Studi Ilmu Informasi dan Perpustakaan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran.
- Romli, Khomsahrial. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo.
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Intterpratama Mandiri
- Sugiyono. (2006). *Teknik Penelitian*. Yogyakarta: Pines.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Uyanto, Stanislaus S. (2006). *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.