

PENGARUH PENGGUNAAN AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @semaras_sia TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS

Muhammad Ulin Nuha¹ dan Eri Sofiatry*¹

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Teknologi Sumbawa
ery.sofiatry@uts.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan akun media sosial instagram @semaras_sia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian korelasional yang bertujuan untuk mencari hubungan antar variabel. Populasi dalam penelitian ini diambil dari *followers* akun Instagram @semaras_sia yang berjumlah 30,5 ribu pengikut (diambil pada 5 Juni 2023), sampel diambil menggunakan rumus Taro Yamane dengan presisi 10% dan tingkat kepercayaan 90% sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner skala likert. Kuesioner menggunakan skala penggunaan akun istagram sebanyak 10 pertanyaan dan skala *uses and gratification* yang menilai pemenuhan kebutuhan informasi yang berjumlah 8 pertanyaan. Hasil uji hipotesis menunjukkan terdapat hubungan antara pengaruh penggunaan akun media sosial Instagram @semaras_sia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.000 ($p < \alpha$), maka hipotesis alternatif diterima. Nilai hubungan (R) yaitu sebesar 0.838 dan koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0.704 yang berarti terdapat pengaruh variabel bebas penggunaan akun instagram @semaras_sia terhadap variabel terikat pemenuhan kebutuhan informasi *followers*, yaitu sebesar 70,4%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci; Media Baru, Instagram, *Uses and Gratification*, Pemenuhan Kebutuhan Informasi.

ABSTRACT

This study aims to determine the use of the Instagram social media account @semaras_sia to fulfill the information needs of followers. This research is a quantitative research using correlational research method which aims to find the relationship between variables. The population in this study was taken from followers of the Instagram account @semaras_sia, which totaled 30.5 thousand followers (taken on 5 June 2023). The sample was taken using the Taro Yamane formula with 10% precision and 90% confidence level so that a sample of 100 respondents was obtained. Research data was collected using a Likert scale questionnaire. The questionnaire uses an Instagram account usage scale of 10 questions and a uses and gratification scale that assesses the fulfillment of information needs, totaling 8 questions. The results of the hypothesis test show that there is a relationship between the effect of using the Instagram social media account @semaras_sia on fulfilling the information needs of followers with a significance value (Sig.) of 0.000 ($p < \alpha$), so the alternative hypothesis is accepted. The relationship value (R) is 0.838 and the coefficient of determination (R Square) is 0.704, which means that there is an influence of the independent variable using the Instagram @semaras_sia account on the dependent variable for fulfilling the information needs of followers, which is 70.4%, while the rest is influenced by other variables not examined.

Keywords: *New Media, Instagram, Uses and Gratification, Fulfillment the Needs of Information.*

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi, terjadi perubahan dalam digitalisasi di berbagai aspek kehidupan, salah satunya kebutuhan yang selalu mengikuti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Kemajuan ini memberikan dampak pada berbagai sektor, termasuk media. Media menjadi tempat bagi penyampaian dan pertukaran informasi yang intensif. Menurut pandangan McLuhan, media memiliki peran yang lebih penting daripada isi pesan yang disampaikan. Budaya terbentuk melalui cara berkomunikasi, serta eksistensi manusia dipengaruhi oleh perubahan cara komunikasi khususnya melalui internet (McLuhan et al., 2001).

Komunikasi manusia semakin sering dilakukan melalui internet yang memberikan kemudahan dan menghilangkan batasan dalam interaksi. Jutaan orang dari berbagai penjuru dunia berhubungan melalui internet, menciptakan segmen baru dalam dunia *online* yang dikenal sebagai jejaring sosial. Jejaring sosial muncul karena tuntutan dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi seperti internet. Jejaring sosial tidak hanya menciptakan masyarakat dunia global, namun juga dapat memperluas ruang gerak manusia itu sendiri, sehingga tanpa disadari, manusia hidup dalam dua ruang gerak sosial yaitu dunia nyata dan dunia maya (Rakhmat, 2005).

Jejaring sosial atau media sosial ini merupakan layanan daring sebagai hasil dari *crosspollination* teknologi komunikasi yang menawarkan penggunaannya sebuah “media” yang berfungsi sebagai alat komunikasi antar manusia secara global (Carveth, 2004). Jejaring sosial yang saat ini terlihat mengalami peningkatan trafik pengguna yang pesat adalah Instagram. Instagram sebagai media sosial memudahkan pengguna untuk mengetahui pembaruan dari akun yang diikutinya (Saraswati et al., 2022). Beberapa akun Instagram memuat konten berisi informasi berupa siaran berita di televisi, salah satunya adalah @semaras_sia. Akun instagram @semaras_sia merupakan sebuah akun berbasis konten informasi yang memuat media foto maupun video seputar wilayah Provinsi Nusa Tenggara Barat, khususnya Sumbawa dan sekitarnya. Dengan adanya akun Instagram @semaras_sia, pengikutnya diharapkan terbantu mendapatkan informasi terkini seputar wilayah Sumbawa, seperti informasi mengenai barang hilang, maupun kecelakaan dan lain sebagainya.

Penggunaan akun instagram @semaras_sia merupakan serangkaian aktivitas pengguna yang mengakses instagram dengan kriteria yang dapat dibagi ke dalam beberapa kategori menurut penelitian dari Barus (2021), yang meliputi; 1) frekuensi; 2) keterbaruan; 3) kesesuaian; 4) kelengkapan; 5) penggunaan bahasa, dan; 6) tampilan visual. Kategori-kategori tersebut dapat menjadi acuan untuk mengetahui keterpenuhan kebutuhan informasi *followers* melalui pendekatan *Uses and Gratification* yang digagaskan oleh Katz, Gurevitch dan Haas, (1973) dalam (Sutrisno & Mayangsari, 2022). Dalam teori *uses and gratification*, pengguna media memiliki kedudukan dan peran aktif dalam memilah dan menggunakan media, atau dengan kata lain pengguna merupakan pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Inti dari teori menggambarkan khalayak yang menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan atau motif-motif tertentu, lalu media berusaha memenuhi motif atau kebutuhan khalayak tersebut dan jika ada media yang dapat memenuhi motif atau kebutuhan khalayak maka dapat dikatakan sebagai media yang efektif. Motif-motif tersebut dapat digolongkan sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan informasi dalam lima kategori yaitu kebutuhan kognitif, afektif, kepuasan, identitas personal, dan integratif sosial.

Berdasarkan penjabaran di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan akun instagram @semaras_sia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Peneliti mengasumsikan hipotesis awal berupa harapan adanya bentuk keterpenuhan informasi masyarakat Sumbawa seputar peristiwa terkini di daerah Kabupaten Sumbawa dan sekitarnya dari keberadaan akun instagram @semaras_sia. Hipotesis tersebut dikembangkan ke dalam dua bentuk hipotesis penelitian yaitu:

H₀ – Tidak terdapat pengaruh antara penggunaan akun media sosial Instagram @semaras_sia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

H₁ – Terdapat pengaruh antara penggunaan akun media sosial Instagram @semaras_sia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif korelasional yaitu metode yang bertujuan untuk meneliti sejauh mana suatu variabel berkaitan dengan variabel lainnya. Variabel independen yang digunakan adalah penggunaan akun media sosial Instagram @semaras_sia yang terdiri dari indikator

frekuensi, keterbaruan, kesesuaian, kelengkapan, penggunaan bahasa, dan tampilan visual. Sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah pemenuhan kebutuhan informasi yang terdiri dari indikator kebutuhan kognitif, afektif, kepuasan, identitas personal, dan integratif sosial.

Sampel penelitian diambil dari keseluruhan populasi sebanyak 30,5 ribu pengikut akun instagram @semaras_sia dengan menggunakan rumus Taro Yamane, didapat sampel sejumlah 100 orang responden. Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan angket skala likert yang terdiri dari 10 pertanyaan mengenai variabel independen, dan 8 pertanyaan mengenai variabel dependen. Uji hipotesis penelitian ini dilakukan dengan melakukan Analisis Regresi Linear Sederhana untuk menentukan ada atau tidaknya pengaruh penggunaan akun instagram @semaras_sia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*, analisis regresi dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS 25.

HASIL & PEMBAHASAN

Demografi Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Kategori	Persentase	
1	Usia	< 18 tahun	3%
		18 – 21 tahun	24%
		22 – 25 tahun	55%
		26 – 29 tahun	12%
		> 29 tahun	6%
2	Jenis Kelamin	Laki-Laki	52%
		Perempuan	48%
3	Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	55%
		Pedagang	7%
		Karyawan/Swasta	14%
		Pegawai Negeri Sipil	9%
		Tidak/Belum Bekerja	5%
		Lainnya	10%
4	Domisili	Pulau Sumbawa	74%
		Pulau Lombok	26%
5	Frekuensi Menggunakan Instagram dalam Sehari	< 3 kali	20%
		3 – 4 kali	30%
		5 – 6 kali	30%

> 6 kali

20%

Deskripsi Variabel Penelitian

Tabel 2. Analisis Statistik Deskriptif

	<i>N</i>	<i>Range</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>	<i>Variance</i>
Total	100	24	6	30	21.74	4.966	24.659

Berdasarkan tabel di atas, skala variabel penggunaan akun instagram @semaras_sia dengan 100 responden, diketahui total data (N) sebesar 100, nilai minimum sebesar 6, nilai maksimum sebesar 30 dengan range sebesar 24, nilai rata-rata (mean) sebesar 21.74 dan nilai standar deviasi sebesar 4.966 serta variansi sebesar 24.659.

Tabel 3. Kategori Variabel Penggunaan Akun Instagram @semaras_sia

Indikator	Rerata	Kategori
Frekuensi	3.76	Tinggi
Keterbaruan	4.065	Tinggi
Kesesuaian	3.93	Tinggi
Kelengkapan	3.93	Tinggi
Penggunaan Bahasa	3.685	Tinggi
Tampilan dan Visual	3.26	Rendah

Dari tabel di atas, dapat dilihat untuk kategori rerata indikator, mayoritas responden memberikan penilaian yang cukup tinggi atau respon positif (setuju dan tidak setuju) terhadap indikator frekuensi, keterbaruan, kesesuaian, kelengkapan dan penggunaan bahasa, dengan nilai tertinggi yaitu indikator keterbaruan (4.065), sedangkan indikator yang mendapat penilaian dengan kategori rendah dari responden adalah indikator tampilan dan visual (3.26). Data tersebut menyimpulkan bahwa responden merasa akun instagram @semaras.sia cukup diunggulkan untuk aspek keterbaruan informasi yang disajikan yang berisi pernyataan mengenai intensitas postingan dan update berita seputar kota Sumbawa dan sekitarnya. Di sisi lain, indikator tampilan visual akun instagram @semaras.sia mendapat penilaian

rendah oleh responden yang berarti bahwa akun instagram @semaras.sia masih belum optimal dalam memanfaatkan fitur kustomisasi tata letak, pemilihan desain dan warna dalam mengunggah informasi.

Tabel 4. Kategori Variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers

Indikator	Rerata	Kategori
Kebutuhan Kognitif	3.83	Tinggi
Kepuasan	3.74	Tinggi
Integratif Sosial	3.57	Tinggi
Identitas Personal	3.52	Tinggi

Dari tabel di atas, dapat dilihat untuk kategori rerata indikator, seluruh responden memberikan penilaian yang cukup tinggi atau respon positif (setuju dan sangat setuju) terhadap indikator kebutuhan kognitif, kepuasan, integratif sosial dan identitas personal, dengan nilai tertinggi yaitu indikator kebutuhan kognitif (3.83), sedangkan indikator terendahnya adalah indikator identitas personal dengan rerata skor 3.52. Data tersebut menyimpulkan bahwa akun instagram @semaras.sia cukup diunggulkan oleh responden dalam memenuhi kebutuhan informasi untuk aspek kebutuhan kognitif responden yang berisi pernyataan mengenai pemenuhan kebutuhan informasi, kebutuhan rasa ingin tahu, dan kebutuhan untuk menambah wawasan seputar kota Sumbawa dan sekitarnya. Di sisi lain, indikator identitas personal mendapat penilaian terendah oleh responden yang berisi pernyataan responden terhadap kebutuhannya untuk meningkatkan nilai-nilai pribadi untuk berbagi informasi dan menjalin hubungan dengan orang lain.

Uji Hipotesis

Untuk Untuk mengetahui pengaruh penggunaan akun instagram @semaras_sia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*, maka dilakukan uji hipotesis terhadap data hasil penelitian dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana karena hanya melibatkan satu variabel bebas untuk dianalisis dengan menggunakan bantuan SPSS 25. Dasar pengambilan keputusan dalam menentukan hasil uji regresi linear sederhana ini dilakukan dengan melihat nilai *output* signifikansi dengan ketentuan jika nilai signifikansi (sig.) < 0,05 maka H₁ diterima dan H₀ ditolak, sebaliknya jika nilai signifikansi (sig.) > 0,05 maka H₀ diterima dan H₁ ditolak.

Tabel 5. Output Analisis Regresi Linear Sederhana

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
--------------	-----------------------	-----------	--------------------	----------	-------------

1	Regression	2820.270	1	2820.270	231.850	.000 ^b
	Residual	1192.090	98	12.164		
	Total	4012.360	99			

Berdasarkan tabel *output* di atas, dapat dilihat nilai signifikansi (Sig.) bernilai 0,000 yang kurang dari 0,05 sehingga disimpulkan bahwa H₁ diterima dan H₀ ditolak. Sehingga terdapat pengaruh penggunaan akun instagram @semaras_sia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Tabel 6. Koefisien Determinansi

<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	(Constant)	6.053	1.574		3.846	.000
	Penggunaan Akun Instagram	1.075	.071	.838	15.227	.000

Didapat nilai beta sebesar 6.053, yang berarti jika tidak ada penggunaan akun instagram @semaras_sia (X) maka nilai konsisten pemenuhan kebutuhan informasi followers (Y) adalah 6.053. Adapun koefisien regresi sebesar 1.075 yang berarti setiap peningkatan nilai tingkat penggunaan akun instagram @semaras_sia (X), maka pemenuhan informasi followers (Y) akan meningkat sebesar 1.075 sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y) adalah positif. Dapat disimpulkan persamaan regresinya $Y = 6.053 + 1.075 X$. Yang berarti kenaikan dari variabel penggunaan X diikuti dengan kenaikan dari variabel Y, begitupun sebaliknya.

Tabel 7. Model Summary

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.838 ^a	.703	.700	3.48772

Berdasarkan summary di atas, didapat nilai hubungan (R) sebesar 0.838. Dari nilai tersebut, nilai koefisien determinansi (*R Square*) sebesar 0.703. Nilai koefisien ini memberikan hasil bahwa terdapat pengaruh variabel X penggunaan akun instagram @semaras_sia terhadap variabel Y pemenuhan kebutuhan informasi followers yaitu sebesar 70,3% sedangkan 29,7% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari penggunaan akun instagram @semaras_sia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers dengan nilai signifikansi (*Sig.*) sebesar 0.000 ($p < 0,05$), maka hipotesis alternatif H1 diterima. Dan diketahui bahwa nilai hubungan (*R*) yaitu sebesar 0.838. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0.704. Nilai tersebut memiliki arti yaitu terdapat pengaruh variabel bebas penggunaan akun instagram @semaras.sia terhadap variabel terikat pemenuhan kebutuhan informasi followers, yaitu sebesar 70,4%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Dan arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif, yang berarti kenaikan dari variabel X diikuti dengan penurunan dari variabel Y, begitupun sebaliknya penurunan dari X akan diikuti dengan penurunan juga dari variabel Y.

DAFTAR PUSTAKA

- Barus, A. G. (2021). Pengaruh Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @bobbynst terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers di Kota Medan. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 1–10. <https://doi.org/10.32734/komunika.v17i2.7549>
- Katz, E., Gurevitch, M., & Haas, H. (1973). On the Use of the Mass Media for Important Things. *American Sociological Review*, 38(2), 164–181. https://repository.upenn.edu/asc_papers/267
- Marheni, K. I. (2019). Komunikasi Interpersonal Dalam Pernikahan. *SOLUTION, Jurnal of Counseling and Personal Development*, 1(1), 15–25.
- McLuhan, M., Fiore, Q., & Agel, J. (2001). *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects*. Gingko Press.
- Novianti, R. D., Sondakh, M., & Rembang, M. (2017). Komunikasi Interpersonal Dalam Menciptakan Harmonisi (Suami Dan Istri) Keluarga di Desa Sagea Kabupaten Halmahera Tengah. *Acta Diurna Komunikasi*, 6(2), 86.
- Rakhmat, J. (2005). *Psikologi Komunikasi* (T. Surjaman (ed.); Revisi). Remaja Rosdakarya.
- Saraswati, H. N., Putri, I. P., & Shabrina, A. (2022). Efektivitas Akun Instagram @InfoSerang

dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(7), 10000–10020. <https://doi.org/https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i7.8948>

Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>