



Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca

Shazrin Daniyah Khansa, K. Y.S. Putri

Universitas Negeri Jakarta

INFORMASI ARTIKEL

Diterima: September 30, 22
Direvisi: November 15, 2022
Tersedia: online: Januari 17, 2022

KATA KUNCI

Social Media, Information Needs, Students

KORESPONDENSI

E-mail:
ShazrinDaniyaKhansa_1410619075@mhs.unj.ac.id

A B S T R A K

As time develops, so has globalization. The field of communication and technology is one of the fields that is developing rapidly due to the development of globalization. One of the effects is social media. In this era, social media can be easily used by all people. Various social media provide various information on various platforms so that people can choose according to their information needs. The most frequently used social media in Indonesia is Instagram. Nowadays, Instagram is not only used for individual needs, but now Instagram has many benefits, for example, to do buying and selling or online shop, and to spread the latest information or news. Therefore, the purpose of this study is to find out how the influence of the Instagram @whiteboardjournal social media account on meeting the information needs of readers. This study uses a quantitative approach with a survey method. The population of this research is Communication Science students class of 2019 State University of Jakarta totaling 82 people with a total sample of 68 people. From the results of the study, it can be seen that there is an influence between the Instagram social media account @whiteboardjournal with meeting the information needs of readers.

PENDAHULUAN

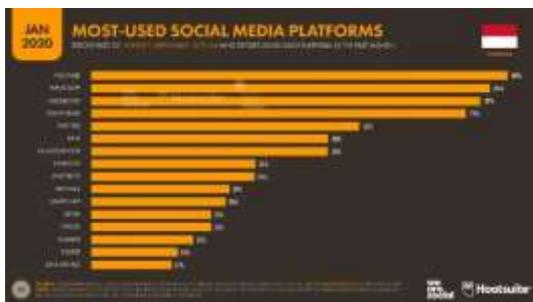
Manusia merupakan makhluk sosial. Makhluk sosial ialah makhluk yang tidak dapat hidup sendiri dan pastinya akan membutuhkan bantuan dari orang lain. Dari kerjasama individu-individu terjalin juga kerjasama antar negara satu dengan negara yang lainnya. Dari kerjasama tersebut, batas-batas negara akan menjadi semakin kecil, hal itu disebut dengan globalisasi (Nurhaidah & Musa, 2015). Sebagai makhluk sosial pun manusia pastinya butuh informasi-informasi. Dan setiap individu pastinya membutuhkan informasi-informasi yang berbeda juga sesuai dengan karakter yang miliki oleh individu tersebut (Deanawa, 2016). Seiring perkembangan zaman, globalisasi pun ikut berkembang. Bidang komunikasi dan teknologi merupakan salah satu bidang yang

ikut berkembang pesat akibat perkembangan globalisasi ini. Salah satu dampaknya yaitu media sosial. Dengan adanya media sosial ini, tentunya dapat mempermudah setiap individu untuk memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkannya

Pengertian dari media sosial itu sendiri adalah suatu media yang di pergunakan oleh masyarakat guna saling tukar menukar informasi baik berupa gambar, video, suara ataupun teks (Kotler & Keller, 2016). Dalam penelitian Abrams mengenai kesehatan masyarakat di era media sosial, media sosial menjadi salah satu alat pembentuk kehidupan modern dengan akses informasi yang mudah dari fitur-fitur yang ada. Media sosial dapat menampilkan konten-konten yang menarik yang memiliki ketertarikan untuk dibaca oleh

pengguna (K. Y. S. Putri, Abdullah, Safitri, Sugiyanta, & Ramdan, 2020). Sekarang ini, masyarakat modern pastinya hampir tidak mungkin tidak menyentuh media sosial sama sekali. Akses yang mudah untuk dijangkau oleh seluruh kalangan dan banyaknya jenis media sosial yang ada juga memudahkan masyarakat untuk memilih platform sesuai dengan kebutuhan informasinya.

Di era ini, media sosial dapat dengan mudah digunakan oleh semua kalangan. Berbagai media sosial menyediakan berbagai informasi di berbagai platform sehingga masyarakat dapat memilih sesuai dengan kebutuhan informasinya.



Sumber: Hootsuite.com

Gambar 1. Platforms Media Sosial yang Paling Banyak di Gunakan di Indonesia

Menurut survei yang dilakukan Hootsuite, salah satu media sosial yang terpopuler di Indonesia dan sering digunakan oleh masyarakat modern khususnya remaja adalah Instagram. Instagram menempati peringkat ke-4 dari banyaknya platform media sosial. Instagram adalah aplikasi media sosial yang muncul pada 6 Oktober 2010. Perkembangan zaman dan waktu membuat Instagram semakin memiliki banyak fungsi yang dapat digunakan, yaitu untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi berupa foto, video, dan juga pesan.

Menurut Bawden & Robinson dalam Kinanti & Erza (2020), kebutuhan informasi merupakan suatu ketidakseimbangan yang ada diantara pengetahuan yang sudah dimiliki dan pengetahuan yang ingin diketahui. Dapat diambil kesimpulan yakni, kebutuhan informasi mengacu pada situasi dimana seseorang merasakan kebutuhan untuk memuaskan keingintahuannya sendiri karena kurangnya pengetahuan yang dimiliki. Menurut Kulthau dalam Damaiyanti (2015), kebutuhan informasi

terjadi saat adanya kesenjangan informasi atau gap antara yang harus dimiliki seseorang dan yang saat itu dimiliki seseorang.

Dalam memenuhi kebutuhan informasi, terdapat proses yang harus dilalui agar informasi yang didapatkan akurat. Informasi tersebut dapat bersumber dari seseorang atau suatu barang yang memiliki informasi. Agar dapat memperoleh suatu informasi, seseorang dapat mendapatkannya melalui saluran informasi yang ada. Contohnya seperti televisi, internet, buku, radio, perpustakaan, teman, dan keluarga (Birawa, 2013).

Salah satu akun yang menyebarkan informasi atau berita terkini, yaitu akun Instagram @whiteboardjournal atau Whiteboard Journal. Whiteboard Journal adalah sebuah media daring untuk orang-orang yang biasanya mempunyai *lifestyle* yang kreatif. Whiteboard Journal memberi akses konten dari nasional dan internasional mengenai informasi berita sehari-hari, review detail dan juga fitur-fitur tentang *fashion*, film, musik, desain dan seni, *entertainment*, teknologi, publikasi, kuliner, wisata, budaya dan juga minat umum.

Whiteboard Journal didirikan pada tahun 2006 dan kantor pusat berada di Indonesia, tepatnya Jakarta. Whiteboard Journal biasanya menerbitkan konten tersebut dari Jakarta. Tim mereka berupaya menyatukan konten dari berbagai penjuru di dunia dan dikembangkan melalui perspektif yang unik bagi para pembacanya. Sudah banyak orang terkenal dan berbakat yang berkontribusi dalam menulis dan mengirim foto untuk jurnal-jurnalnya, mulai dari Jakarta hingga Amsterdam dan New York. Hal ini merupakan sebagai upaya membuat majalah *online* yang memiliki keunikan dan berbeda dari berita lain pada umumnya.

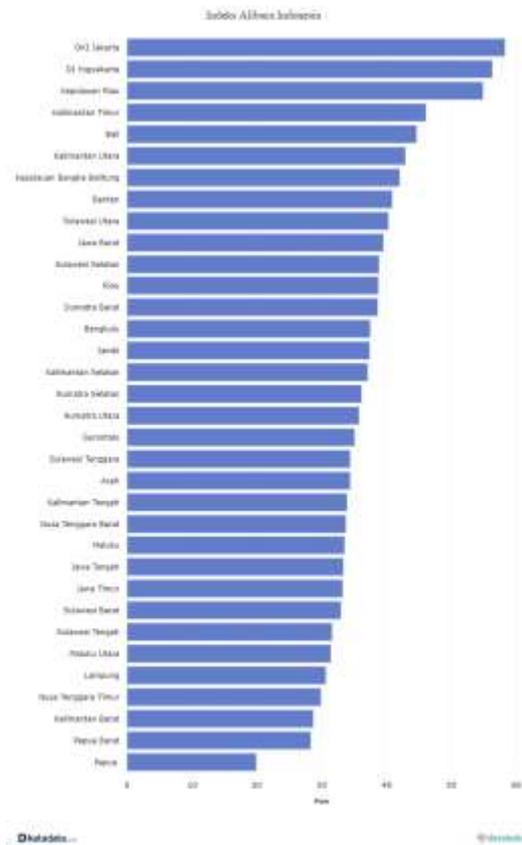


Sumber: Instagram @whiteboardjournal

Gambar 2. Akun Instagram @whiteboardjournal

Saat ini Whiteboard Journal aktif di beberapa *platform social media*, yaitu Instagram, Twitter, Facebook dan website mereka sendiri. Akun Instagram Whiteboard journal sendiri sudah banyak memiliki pengikut atau *followers*. Pengikut pada akun ini sebanyak 68 ribu dengan memiliki 5981 post atau konten yang telah di publikasikan. Pada konten-konten instagramnya, berita yang diberikan sangat beragam, hampir semua topik-topik berita yang terkini dan berita dari berbagai negara disampaikan dan dikemas dalam bentuk yang sangat menarik dan kreatif bahkan konten mereka kerap menceritakan pengalaman seseorang baik seseorang di luar ataupun di dalam negeri.

Walaupun di zaman sekarang banyak berita atau informasi yang sangat mudah di akses secara online, juga dikemas dengan tampilan yang *eyecatching* dan kreatif tetapi tingkat literasi di Indonesia masih berada di tingkat yang rendah. Tingkat literasi yang masih rendah ini juga merupakan salah satu faktor penelitian ini dilakukan. Diambil dari hasil survei katadata.co.id, menunjukkan indeks literasi di Indonesia yang masih berada di titik 37,32%.



Sumber: katadata.co.id

Gambar 3. Tingkat Literasi di Indonesia

Dari pembahasan yang ada, muncul keinginan peneliti untuk meneliti hal tersebut, penelitian ini berjudul “Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca”.

Rumusan Masalah

Bagaimana Pengaruh yang terjadi pada Akun Media Sosial Instagram @whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca?

Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat tujuan yaitu ingin mengetahui Bagaimana Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca.

Manfaat Penelitian

Manfaat studi ini, secara teoretis peneliti berharap penelitian ini dapat memperkaya penelitian di dalam bidang komunikasi dan diharapkan dapat memahami mengenai pengaruh akun media sosial instagram

@whiteboardjournal terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pembaca. Secara praktis, diharapkan dari penelitian ini dapat memperluas wawasan dan juga menambah literatur ilmiah

LITERATUR DAN METODOLOGI

Pada penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification* dan teori kebutuhan informasi. Teori *uses and gratification* adalah teori yang menjelaskan bahwa seseorang akan memilih media mana yang dapat memenuhi keinginan dan juga kebutuhannya, seseorang juga dapat memiliki informasi apa yang ingin ia ketahui dan nikmati (Sativa, 2010).

Menurut teori *uses and gratification*, dalam mencapai tujuan, para pemakai media sosial dengan terencana memakai media tersebut agar tujuannya tercapai (Effendy, 2000), yaitu:

1. *Cognitive needs* atau Kebutuhan kognitif
Hal ini berhubungan dengan pemahaman, pengetahuan atau informasi. Ini berdasarkan atas keinginan untuk mengerti atau mengendalikan lingkungan, memenuhi keingintahuan yang memicu kita untuk menyelidiki.
2. *Affective needs* atau Kebutuhan afektif
Kebutuhan afektif adalah sesuatu hal yang berkaitan yaitu antara kebutuhan pengalaman keindahan, emosional, dan kesenangan.
3. *Personal integrative needs* atau Kebutuhan integrasi pribadi
Kebutuhan ini terkait kepercayaan, kestabilan dan status pribadi. Asal dari kebutuhan ini adalah rasa terdorong karena harga diri atau *self-esteem*.
4. *Social integrative needs* atau Kebutuhan integrasi sosial
Kebutuhan ini terkait pada kehidupan sosial.
5. *Escapist needs* atau Kebutuhan pelarian
Kebutuhan untuk menghindari stres, mengurangi ketegangan, pikiran yang mengganggu dan mencari hiburan.

Menurut teori kebutuhan informasi dalam Helen & Rusdi (2018), ada 4 jenis untuk memenuhi kebutuhan informasi menurut definis, yaitu :

1. *Current Need Approach*
Memenuhi keperluan informasi melalui pendekatan yang bersifat *up-to-date*. Agar dapat meningkatkan ilmu pengetahuannya,

maka para pengguna dan sistem informasi saling berhubungan secara umum. Di antara pengguna dan juga informasi, hal ini bersifat tetap

2. *Everyday Need Approach*
Informasi yang didapatkan adalah pengetahuan yang umumnya dialami oleh para pengguna. Tipe ini bersifat spesifik dan juga cepat
3. *Exhaustic Need Approach*
Informasi yang di butuhkan bersifat mendalam, lengkap, spesifik, dan juga relevan, sehingga pengguna memiliki sifat ketergantungan akan informasi yang diberikan
4. *Catching-up Need Approach*
Informasi ringkas dan lengkap, dan *up-to-date* tentang perkembangan terbaru dalam informasi yang dibutuhkan dengan hal-hal yang terkait.

Dari penjelasan di atas, jika empat jenis di atas sudah terpenuhi, maka seseorang dapat dikatakan sudah mendapat informasi yang dibutuhkan.

Kedua teori ini dirasa cocok dengan tema penelitian yang diambil karena banyaknya pilihan media yang bisa digunakan untuk memenuhi informasi dan dalam hal ini @whiteboard jurnal sebagai salah satu pilihan media sebagai pemenuh kebutuhan informasi akan diteliti pengaruhnya terhadap kebutuhan informasi itu sendiri. Karena dari teori yang sudah disebutkan sebelumnya, terdapat poin-poin indikator yang bisa dijadikan acuan. Seperti jenis-jenis kebutuhan informasi dan juga kebutuhan informasi yang dijelaskan di teori *uses and gratification*.

Beberapa penelitian yang memiliki hubungan dengan penelitian ini juga telah dilakukan sebelumnya. Seperti pada jurnal yang berjudul "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jkinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers" yang ditulis oleh Helen dan Farid Rusdi (Helen & Rusdi, 2018). Jurnal ini membahas mengenai mudahnya akses internet membuat media sosial juga berfungsi sebagai sumber informasi dan mengesampingkan media konvensional, seperti koran dan televisi. Instagram merupakan media sosial yang banyak berisikan informasi-informasi. Contohnya adalah akun @Jkinfo. Hal ini terbukti dari hasil penelitian yang

menyatakan bahwa akun Instagram @Jkinfo memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para pengikutnya.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh Desi Aspika Rossza dengan jurnal yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Instagram @Halodoc Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan *Followers*” (Rossza, 2020). Perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat masyarakat semakin mudah untuk mengakses informasi diberbagai media *online* hal ini ikut dimanfaatkan oleh dunia kesehatan. Masyarakat semakin mudah untuk menentukan informasi apa yang dibutuhkan dan ingin diketahui. Salah satu tempat yang dijadikan sebagai pilihan untuk mendapatkan informasi mengenai Kesehatan adalah media sosial Instagram @halodoc. Hasil dari analisis ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram @halodoc memiliki pengaruh terhadap kebutuhan informasi para pengikutnya.

Jurnal berjudul “Pengaruh Media Sosial Twitter @Lowkerpku Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Bagi *Followers*” yang ditulis oleh Burhanuddin juga membahas hal serupa (Burhanuddin, 2015). Banyaknya lulusan SMA, SMK, dan sarjana di Indonesia tentunya akan berdampak besar pada tingkat pencarian lowongan pekerjaan. Dengan adanya perkembangan zaman, membuat media sosial tidak hanya sebagai tempat berkomunikasi namun juga sebagai tempat mencari informasi salah satunya ada informasi lowongan pekerjaan. Akun media sosial twitter @LowkerPKU adalah salah satu media social yang memberikan informasi mengenai lowong pekerjaan. Dari hasil analisis didapatkan bahwa terdapat pengaruh yang cukup besar antara media social twitter @LowkerPKU dengan pemenuhan kebutuhan informasi bagi para pengikut yang mencari lowongan pekerjaan.

Penelitian yang serupa juga pernah dilakukan oleh Oinike Dea Lawelda Damanik dengan judul “Akun Instagram Lambe Turah dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi” (Damanik, 2018). Penelitian ini membahas mengenai perkembangan zaman yang membuat masyarakat beralih menggunakan internet dalam mencari informasi. Salah satunya adalah media sosial Instagram @lambeturah dimana pada akun ini sering memberikan informasi-informasi

mengenai kejadian yang viral atau pun membahas mengenai selebriti. Hasil analisis pada penelitian ini adalah kemunculan akun ini sangat sering digunakan oleh para anak muda untuk mencari informasi-informasi mengenai kejadian-kejadian viral dan juga mengenai kontroversi selebriti.

Penelitian yang dilakukan oleh Dea Indriani Lubis yang berjudul “Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @Palembangterkini dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* di Kota Palembang” juga membahas mengenai hal serupa (Lubis, 2019). Pada penlitian ini membahas mengenai dampak perkembangan zaman, yaitu internet sehingga membuat media sosial lebih banyak karena mudahnya informasi yang bisa di dapatkan. Salah satunya adalah media sosial Instagram @Palembangterkini yang menyediakan informasi informasi terkini mengenai kota Palembang. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa akun media sosial @palembangterkini memiliki pengaruh terhadap kebutuhan informasi para pengikutnya.

Penelitian yang memiliki hubungan dengan penelitian ini juga telah dilakukan sebelumnya. Seperti pada jurnal yang berjudul “*The Effect of Social Media Twitter @womanfeeds to FulFillment Information Needs of Skincare & Make Up Followers*” oleh Nurul Afifah dan Anne Maryani (Afifah & Maryani, 2020). Jurnal ini membahas mengenai akun media sosial twitter @womanfeeds memenuhi kebutuhan informasi *skincare* dan *make up* para *followers*-nya. Media sosial twitter memiliki salah satu fungsi sebagai sumber informasi yang dimana seperti womanfeeds yang memberikan banyak informasi terutama kepada para *followers*-nya dalam menentukan pilihan mengenai *skincare* dan *make up*. Analisis menunjukkan bahwa kebutuhan informasi sangat dipengaruhi oleh konteks, komunikasi, kolaborasi, dan koneksi sehingga media sosial dapat berpengaruh terhadap kebutuhan informasi para pengikutnya.

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers” oleh Dian Mustika Ramadhani H. Djafar dan Yuliani Rachma Putri (Djafar & Putri, 2020). Pada jurnal ini membahas mengenai kemajuan teknologi yang

bergerak sangat cepat sehingga memudahkan aktivitas masyarakat dalam berkomunikasi dan berbagi informasi. Hal ini membuat masyarakat menjadi aktif menggunakan media sosial. Salah satunya adalah akun media sosial Instagram @visitbogor. Bogor merupakan salah satu kota di Jawa Barat yang memiliki berbagai macam kuliner. Karena itu media sosial dapat digunakan sebagai salah satu alat promosi dan menyebarkan informasi mengenai Kota Hujan tersebut. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara media sosial Instagram @visitbogor terhadap kebutuhan informasi para pengikut.

Jurnal berjudul “Pengaruh Penggunaan *New Media* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan (Studi tentang Media Sosial Facebook dalam Pemenuhan Informasi di Kalangan Ibu Rumah Tangga)” oleh Lea Nia dan Rirs Loissa (Nia & Loissa, 2019). Berkembangnya teknologi yang semakin pesat membuat media baru diyakini sebagai salah satu media yang dapat menyampaikan informasi secara cepat. Dalam jurnal menyatakan bahwa yang mengendalikan suatu media adalah pemiliknya, yaitu orang-orang yang berkepentingan. Salah satu media sosial yang sangat banyak digunakan adalah *facebook*. mulai dari remaja hingga orang tua tak terkecuali juga para ibu rumah tangga dapat mengakses informasi melalui media sosial *facebook* dengan cepat. Hal ini di perkat oleh hasil analisis yang menyatakan bahwa media sosial facebook memiliki pengaruh terhadap kebutuhan informasi para ibu rumah tangga.

Penelitian selanjutnya dilakukan Arshinta Eka Putri dengan judul “Pengaruh Konten Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lalu Lintas *Followers* (Survei Terhadap Followers Akun Instagram @Jktinfo)” (A. E. Putri, 2020). Dalam jurnal ini dijelaskan bahwa konten-konten yang diberikan oleh @jktinfo sangat berhubungan berat dengan kebutuhan informasi lalulintas. Media sosial instagram @jktinfo juga dikatakan banyak berkontribusi dalam informasi lalu lintas melalui konten-konten yang diunggah. Hal ini juga diperkuat dengan banyaknya tanggapan setuju dari responden mengenai @jktinfo yang dapat digunakan sebagai pemenuhan kebutuhan informasi lalu lintas.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme. Paradigma positivisme adalah

pandangan yang didasarkan pada hukum-hukum standar atau prosedur-prosedur yang didasarkan pada hukum-hukum sebab-akibat, yang melibatkan banyak variabel (Muslim, 2016). Menurut Sekaran & Bougie (2016), penelitian juga bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu peristiwa dan peristiwa lainnya. Bagi seorang positivis, dunia mengikuti hukum sebab akibat.

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif, yang dimana berarti penjelasan dari suatu masalah dari dua objek, dengan menekankan pada analisis nilai numerik atau data numerik yang diproses dengan metode statistik. Pendekatan kuantitatif merupakan jenis penelitian yang berawal dari pandangan dunia positivis. Neuman (2000) mendefinisikannya sebagai pendekatan ilmu alam. Menurut Kasiram (2008), penelitian kuantitatif adalah salah satu cara untuk mendapat pengetahuan dengan data berupa angka sebagai alat analisisnya.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Fink menyatakan dalam Sekaran & Bougie (2016), bahwa survei merupakan suatu cara yang dapat digunakan untuk mendapatkan informasi tentang seseorang yang membandingkan, menjelaskan atau menggambarkan perilaku atau sifat mereka. Metode ini menggunakan kuesioner sebagai alat penelitiannya.

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta berjumlah 82 orang, dengan sampel yang digunakan berjumlah 68 orang dihitung menggunakan rumus Slovin. Teknik penarikan sampel, yaitu menggunakan sampel acak atau *probability sampling* dengan jenis, yaitu *simple random sampling*.

Simple random sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang paling mendasar dengan cara memberikan kesempatan yang adil dan rata kepada seluruh isi dari populasi (Arieska & Herdiani, 2018). *Simple random sampling* dilakukan dengan cara menentukan populasi yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019 yang berjumlah 82 orang. Lalu menghitung sampel yang dibutuhkan dengan menggunakan rumus Slovin, lalu menyebarkan kuesioner secara acak ke populasi tersebut

hingga mendapatkan target sampel yang sesuai dan setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama rata.

Ukuran sampel suatu populasi dapat dihitung menggunakan rumus Slovin dengan rumus:

$$n = \frac{N}{(1+(N \times e^2))}$$

Ket. :

n ialah jumlah sampel

N ialah jumlah seluruh populasi

e ialah toleransi error

$$n = \frac{82}{(1+(82 \times 0,0025))} = 68,04 \approx 68 \text{ orang}$$

Ke-68 sampel dalam penelitian ini kemudian akan diberikan kuesioner dan hasilnya akan menjadi data pada penelitian ini. Kuesioner ialah serangkaian pertanyaan yang tertulis dan sebelumnya sudah dirumuskan, dimana setelahnya responden akan menulis jawaban mereka (Sekaran & Bougie, 2016).

Variabel media sosial (x) pada penelitian ini memiliki 4 (empat) dimensi yaitu *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*. Pada dimensi *context* memiliki 4 (empat) indikator yaitu informasi yang menarik perhatian, informasi yang menjelaskan dan mendeskripsikan foto atau video, informasi yang menggunakan bahasa yang baik, menarik, mudah dipahami, dan informasi yang sesuai dengan kebutuhan. Lalu pada dimensi *communication* terdapat 1 (satu) indikator yaitu pesan yang disampaikan sangat baik sehingga menarik perhatian. Kemudian pada dimensi *collaboration* terdapat 1 (satu) indikator yaitu

kebebasan memberi tanggapan atas informasi yang di sampaikan. Terakhir adalah dimensi *connection* yang memiliki 2 (dua) indikator yaitu informasi yang disampaikan merupakan informasi terkini atau *up-to-date* dan informasi yang di-*update* selalu ditunggu.

Sedangkan variabel kebutuhan informasi (y) memiliki dimensi sebanyak 5 (lima) yaitu kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integratif personal, kebutuhan integratif sosial, dan kebutuhan pelepasan ketegangan atau pelarian. Pada dimensi kebutuhan kognitif memiliki 2 (dua) indikator, yaitu memberi informasi yang berguna dan memberi jawaban atas rasa penasaran. Kemudian dimensi kebutuhan afektif memiliki 1 (satu) indikator yaitu tidak hanya informasi namun juga memberikan hiburan. Lalu pada dimensi kebutuhan integratif personal terdapat 2 (dua) indikator, yaitu menjadi pengikut (*followers*) karena tertarik dengan konten yang diberikan dan memiliki ketertarikan untuk menambah informasi melalui konten. Pada dimensi kebutuhan integratif sosial terdapat 1 (satu) indikator yaitu informasi yang diberikan memiliki kemungkinan untuk menjadi bahan yang bisa dibicarakan dengan orang lain. Dan terakhir dimensi kebutuhan pelepasan ketegangan atau pelarian memiliki 1 (satu) indikator yaitu membaca informasi dengan tujuan menghilangkan penat, stres dan mengisi waktu luang.

Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala interval maka dari itu *mean* digunakan sebagai ukuran tendensi sentralnya.

Tabel 1. Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Media Sosial	Context	Informasi menarik perhatian	Interval
		Informasi yang menjelaskan dan mendeskripsikan foto atau video	
		Informasi menggunakan bahasa yang baik, menarik dan mudah dipahami	
	Communication	Informasi sesuai dengan kebutuhan	
	Collaboration	Pesan yang disampaikan sangat baik sehingga menarik perhatian	
Pemenuhan Kebutuhan Informasi	Connection	Kebebasan memberi tanggapan atas informasi yang disampaikan	Interval
		Informasi yang disampaikan merupakan informasi terkini atau <i>up-to-date</i>	
	Kebutuhan kognitif (Cognitive needs)	Informasi yang di- <i>update</i> selalu di tunggu	
		Memberi informasi yang berguna	
		Memberikan jawaban atas rasa penasaran	
Kebutuhan afektif (Affective needs)	Tidak hanya informasi namun juga memberikan hiburan		
	Kebutuhan integratif personal (Personal integrative needs)	Menjadi pengikut (<i>followers</i>) karena tertarik dengan konten yang diberikan	
Kebutuhan integratif sosial (Social integrative needs)		Memiliki ketertarikan untuk menambah informasi melalui konten	
	Kebutuhan pelepasan ketegangan atau pelarian (Escapist needs)	Informasi yang diberikan memiliki kemungkinan untuk menjadi bahan yang bisa dibicarakan dengan orang lain	
		Membaca informasi dengan tujuan menghilangkan penat, stress dan mengisi waktu luang	

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ada dua teknik mengolah data yang digunakan pada penelitian ini, yang pertama adalah univariate dan yang kedua adalah bivariate. Menurut Sekaran & Bougie (2016), univariat ialah metode analisis untuk memeriksa suatu hubungan dua variable. Teknik univariat tepat digunakan jika ada pengukuran tunggal untuk setiap elemen dalam sampel atau jika ada beberapa pengukuran untuk setiap elemen tetapi setiap variabel dianalisis secara terpisah (Malhotra & Birks, 2007)

Dari hasil perhitungan didapatkan data sebagai berikut.

Tabel 2. Tabel Analisis Univariat

	Descriptive Statistics	
	N	Mean
X1	68	3.49
X2	68	3.49
X3	68	3.35
X4	68	3.16
X5	68	3.50
X6	68	3.46
X7	68	3.51
X8	68	3.28
Y1	68	3.50
Y2	68	3.38
Y3	68	3.49
Y4	68	3.07
Y5	68	3.37
Y6	68	3.35
Y7	68	3.31
Valid N (listwise)	68	

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 25

Pada variable X (Media Sosial), nilai mean paling rendah terdapat pada item X4 (Informasi yang Sesuai) dengan nilai 3,16. Dan nilai mean paling besar terdapat di X7 (Informasi *Up-To-Date*) sebesar 3,51. Dari table di atas, dapat dilihat pula bahwa hasil rata-rata dari kedua item variabel tersebut adalah 3,33, maka dapat diartikan bahwa hasil dari data tersebut menunjukkan banyak responden yang memilih angka 3 (setuju) pada pernyataan yang diberikan.

Pada variable Y (Kebutuhan Informasi), nilai mean paling rendah terdapat pada item Y4 (Mengikuti Karena Tertarik Konten) dengan nilai 3,07. Nilai mean paling besar terdapat di Y1 (Informasi Yang Diberikan Bermanfaat Bagi Pembaca) sebesar 3,50. Hasil rata-rata dari

kedua item variable tersebut adalah 3,28, maka dapat diartikan bahwa hasil dari data tersebut menunjukkan banyak responden yang memilih angka 3 (setuju) dari setiap pernyataan yang disediakan oleh peneliti.

Selain itu, terdapat teknik pengolahan data yang kedua yaitu analisis bivariat yang merupakan cara untuk menganalisis dua variabel bersama-sama, yang bertujuan untuk menentukan hubungan empiris antara keduanya (Babbie, 2016). Menurut Neuman (2014), statistik bivariat dapat digunakan untuk mempertimbangkan dua variabel secara bersama-sama dan menggambarkan hubungan antar variabel.

Dari hasil perhitungan didapatkan data sebagai berikut.

Tabel 3. Tabel Hasil Analisis Bivariat

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.506	2.272		2.863	.006
	totalx	.623	.083	.678	7.500	.000

a. Dependent Variable: totaly

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 25

Berdasarkan hasil dari perhitungan tabel di atas, dapat kita lihat nilai koefisien sebesar $Y = 6,506 + 0,623 X$, dengan nilai konstanta (a) yaitu sebesar 6,506 dan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,623, dan dari sampel yang ditentukan, diperoleh t tabel sebesar 1,997.

Dengan nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel ($7,500 > 1,997$). Dan besar nilai signifikansi yaitu 0,000 kecil dari 0,05. Maka H_0 di tolak dan H_a di terima. Maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara media sosial Instagram akun @whiteboardjournal dengan pemenuhan kebutuhan informasi pembaca. Pengaruh variabel X (media sosial) ke variabel Y (kebutuhan informasi) berdasarkan tabel 3 memiliki nilai sebesar 0,678.

Selain itu, beberapa media sosial tetap berpengaruh dalam berbagai jenis kebutuhan informasi baik media sosial Instagram maupun twitter. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian Helen & Rusdi (2018) yaitu kedua penelitian ini sama-sama menggunakan media sosial instagram untuk diamati dan mendapatkan hasil yang sama yaitu media sosial

memiliki pengaruh terhadap kebutuhan informasi para pembacanya.

Namun pada penelitian ini juga memiliki perbedaan dari penelitian Burhanuddin (2015) yaitu sosial media yang digunakan adalah twitter. jenis kebutuhan informasi yang disampaikan mengenai informasi lowongan pekerjaan yang bukan termasuk ke dalam informasi hiburan.

SIMPULAN

Setelah dilakukan penelitian berjudul "Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca" dapat disimpulkan bahwa: (a) Bagi sebagian besar mahasiswa mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta setuju bahwa akun media sosial Instagram @whiteboardjournal memberi pengaruh terhadap kebutuhan informasi pembaca dikarenakan penyampaian berita yang menarik; (b) Berdasarkan hasil analisis bivariat diketahui, bahwa nilai signifikansi di dapat sebesar $0,000 < 0,05$, hal ini memiliki arti bahwa media sosial instagram @whiteboardjournal memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap kebutuhan informasi para pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., & Maryani, A. (2020). The Effect of Social Media Twitter @womanfeeds to Fulfillment Information Needs of Skincare & Make Up Followers. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 6(2), 450–454.
- Arieska, P. K., & Herdiani, N. (2018). Pemilihan Teknik Sampling Berdasarkan Perhitungan Efisiensi Relatif. *Jurnal Statistika*, 6(2), 166–171.
- Babbie, E. (2016). *The Practice of Social Research* (14th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Birawa, F. D. (2013). *Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Strata Satu (S1) Angkatan 2009 Progam Studi Ilmu Psikologi UI dalam Persiapan Penulisan Skripsi*.
- Burhanuddin. (2015). Pengaruh Media Sosial Twitter @Lowkerpku Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Bagi Followers. *Jom FISIP2*, 2(7), 1–15.
- Damaiyanti, C. (2015). Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pemustaka Nonkaryawan Di Perpustakaan Bank Indonesia Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 3(1).
- Damanik, O. D. L. (2018). *Akun Instagram Lambe Turah Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Studi Korelasional Pengaruh Penggunaan Akun Instagram Lambe Turah Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Universitas Sumatera Utara)*.
- Deanawa, N. A. (2016). *Analisis Kebutuhan Informasi (Information Needs Assessment) Lansia di Kota Surabaya*. Universitas Airlangga.
- Djafar, D. M. R. H., & Putri, Y. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *E-Proceeding of Management*, 7(1), 1768–1776.
- Effendy, O. (2000). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Helen, & Rusdi, F. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Prologia*, 2(2), 355–362.
- Kasiram, M. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*. Malang: UIN Malang Press.
- Kinanti, D. N., & Erza, E. K. (2020). Analisis Kebutuhan Informasi Generasi Z Dalam Akses Informasi Di Media Online. *Shaut Al-Maktabah : Jurnal Perpustakaan, Arsip Dan Dokumentasi*, 12(1), 72–84. <https://doi.org/10.37108/shaut.v12i1.303>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Lubis, D. I. (2019). *Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @ Palembangterkini Dalam Pemenuhan Kebutuhan informasi Followers di Kota Palembang*.
- Malhotra, N. K., & Birks, D. F. (2007). *Marketing Research An Applied Approach* (3rd ed.). New Jersey: Pearson Education Limited.
- Muslim. (2016). Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, Dan Jenis Penelitian Dalam Ilmu Komunikasi. *Wahana*, 1(10), 77–85. Retrieved from <https://journal.unpak.ac.id/index.php/wahana/article/view/654>
- Neuman, W. L. (2000). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Toronto: Allyn and Bacon.
- Neuman, W. L. (2014). *Basics of Social Research: Qualitative & Quantitative Approaches* (3rd ed.). United States of America: Pearson Education Limited.
- Nia, L., & Loissa, R. (2019). Pengaruh Penggunaan New Media Terhadap Pemenuhan Kebutuhan (Studi Tentang Media Sosial Facebook Dalam Pemenuhan Informasi di Kalangan Ibu Rumah Tangga). *Prologia*, 3(2), 489–497.
- Nurhaidah, & Musa, M. I. (2015). Dampak Pengaruh Globalisasi Bagi Kehidupan Bangsa Indonesia. *Jurnal Pesona Dasar*, 3(3), 1–14.
- Putri, A. E. (2020). Pengaruh Konten Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lalu Lintas Followers (Survei Terhadap Followers Akun Instagram @jktinfo). *Jurnal Ikon Agustus*, 25(2), 2020.

- Putri, K. Y. S., Abdullah, Z. Bin, Safitri, D., Sugiyanta, L., & Ramdan, A. K. (2020). Framing of Health Communication on Content Islamic Religious Education in New Media. *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 4(2), 171–188.
- Rossza, D. A. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram @halodoc Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Followers. *Jom Fisip*, 7(I), 1–11.
- Sativa, D. (2010). *Media Online Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi*. Universitas Sebelas Maret.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-building Approach* (7th ed.). United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.