

EFEKTIVITAS AKUN INSTAGRAM @BUKITTINGGIKU TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI *FOLLOWERS*

@BUKITTINGGIKU ACCOUNT EFFECTIVENESS INSTAGRAM TO FOLLOWING INFORMATION FOLLOWERS NEEDS

Muhamat Roni¹, Reni Nuraeni²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

muhamatroni@student.telkomuniversity.ac.id¹, reninuraeni@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Akun @bukittinggiku adalah media sosial Instagram dalam menyampaikan informasi yang digunakan sebagai pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Teori yang digunakan dalam penelitian menggunakan teori efektivitas dan teori kebutuhan informasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi pada penelitian ini adalah *followers* akun Instagram @bukittinggiku dengan jumlah *followers* 201.000. peneliti menggunakan teknik *non-probabilty* sampling dan mendapatkan jumlah sampel sebesar 100 orang. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara efektivitas akun Instagram @bukittinggiku terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi diperoleh R square sebesar 0,741. Hal ini menjelaskan bahwa besarnya pengaruh variabel efektivitas akun Instagram (X) terhadap Kebutuhan informasi (Y) adalah sebesar 54,90%. Sedangkan sisanya 45,10% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak dilakukan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Efektivitas, Instagram, Kebutuhan, Informasi

Abstract

The @bukittinggiku account is Instagram's social media in conveying information that is used to fulfill followers' information needs. The theory used in research that uses strong theory and information needs theory. In this study, researchers used descriptive quantitative research methods. The population in this study were followers of the @bukittinggiku Instagram account with 201,000 followers. Researchers use non-probabilty sampling technique and get a sample size of 100 people. The results showed that there was a significant influence between the @bukittinggiku Instagram account on fulfilling followers' information needs. Based on the results of the analysis of the coefficient of determination, the R square is 0.741. This explains that it is very influential on variables that affect Instagram accounts (X) Information needs (Y) are 54,90%. While the remaining 45,10% is believed by other factors that are not carried out by researchers in this study.

Keywords: Effectiveness, Instagram, Needs, Information

1. Pendahuluan

Informasi merupakan sebuah kebutuhan bagi masyarakat bahkan seluruh masyarakat mencari yang namanya informasi. Baik dalam bidang yang digeluti atau bidang lain demi memenuhi informasi yang dicari untuk memenuhi kepentingan mereka. Banyak sekali saat ini media – media yang dapat digunakan untuk sebagai sarana pemenuhan informasi tersebut seperti televisi, surat kabar, majalah, radio dan lain sebagainya. Begitu beragamnya kiat – kiat yang dilakukan media sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam memperoleh informasi.

Tahun 2010 diluncurkan salah satu media sosial Instagram oleh sebuah perusahaan yang bernama Burbn, Inc. Pada awal kemunculannya, pengguna Instagram difokuskan hanya untuk berbagi video, foto, memberikan *like* dan berkomentar. Semakin berkembang pesatnya teknologi tentunya melahirkan fitur – fitur tambahan yang dilakukan dari pihak Instagram, seperti penjelasan diatas pada awal kemunculan Instagram hanya untu berbagi foto dan video serta komentar dan *like*. Tahun 2012 Instagram mengenalkan fitur tambahan seperti *explore*, fungsi dari fitur *explore* memperlihatkan foto – foto yang diambil dari lokasi terdekat, foto – foto populer dan menampilkan sesuai dengan apa yang dikonsumsi oleh pengguna. Tahun berikutnya pada tahun 2016 Instagram memunculkan fitur terbaru yaitu Instagram *story*. Dapat dikatakan Instagram *story* sendiri hampir sama dengan aplikasi Snapchat. Dua tahun berselang tepatnya pada tahun 2018 Instagram kembali memunculkan fitur terbaru IGTV. Fitur ini bisa berfungsi untuk menampilkan video dengan kapasitas file hingga 650 MB dan berdurasi 10 menit. Di tahun yang sama pihak Instagram secara resmi mengklaim bahwasannya dengan angka satu miliar dari pengguna Instagram di dunia telah mereka kantong.

Dengan kemudahan yang disediakan Instagram bagi para pengguna dalam menyebarkan sebuah informasi kepada pengguna lainnya. Seperti, ketika ingin mengetahui informasi mengenai kota yang belum pernah mereka kunjungi dan pengguna ingin mengetahuinya. Pengguna hanya tinggal mengikuti akun – akun yang menginformasikan mengenai kota yang ingin dituju. Sangat banyak sekali saat ini akun – akun yang menyebarkan sebuah informasi menggunakan media sosial Instagram salah satunya akun @bukittinggiku

Menurut Guha (1978:40) *current need approach*, *everyday need approach*, *exhaustic need approach*, dan *catching-up need approach* merupakan jenis – jenis kebutuhan terhadap informasi.

Menurut Martoyo (2007:4) ketika ingin mencapai sebuah tujuan dalam efektivitas hal yang harus diperhatikan adalah bagaimana ketepatan dalam memilih sarana dan memaksimalkan peralatan yang akan dipergunakan. Serta harus memiliki kemampuan yang mumpuni dan tepat sasaran dalam mempergunakanya, oleh karena itu ketika kiat – kiat yang dilakukan dengan sangat tepat dan akurat tentunya akan melahirkan kepuasan dalam sebuah pencapaian. Sarana dan peralatan yang digunakan akun @bukittinggiku adalah media sosial Instagram dalam menyampaikan informasi yang digunakan sebagai pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

2. Dasar Teori dan Metodologi

2.1 Dasar Teori

Efektivitas

Kelman (1975) dalam buku Metode Penelitian dan Teori Komunikasi oleh Hamidi (2010:74), dalam buku ini menurut teori dari sudut pandang komunikan, sebuah komunikasi disebut efektif ketika komunikan mengalami internalisasi (*internalization*), ketundukan (*compliance*) dan identifikasi-diri (*self identification*).

Ketika penerima sedang menerima sebuah pesan sesuai dengan norma yang dianut hal itulah yang disebut komunikasi sedang mengalami internalisasi, selain itu ketika pesan dapat diterima dengan rasionalitas dan komunikan merasa mendapatkan sesuatu yang bermanfaat. Hal tersebut tidak terlepas dari peran komunikator yang memiliki keahlian dan dapat dipercaya (*ethos and credibility*) sehingga ketika komunikator memiliki dua kata kunci seperti yang disebutkan maka komunikasi bisa berjalan efektif. Ketika komunikator mengirim sebuah pesan dan pesan tersebut dapat diterima dengan reaksi yang menyenangkan, pada saat itu pula komunikan akan meniru atau mengambil pikiran atau memperlihatkan perilaku ketaatan diri, sehingga ada kepuasan dari pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan, lebih tepatnya identifikasi diri terjadi pada diri komunikan. Ketika komunikator mempunyai kekuasaan penuh maka ketaatan dan ketundukan akan terjadi terhadap komunikan, hal lainnya ketika komunikator memiliki daya tarik dalam penyampaian kata – kata dan berupa gambar atau foto kepada komunikannya maka dapat dipastikan pola komunikasi identifikasi diri berjalan efektif.

Instagram

Media sosial yang makin populer kontemporer ditengah – tengah kehidupan ialah Instagram, media sosial ini digunakan untuk *sharing* foto dan video. Meningkatnya pengguna Instagram saat ini membuat pengguna yang terjun ke bisnis daring memanfaatkan aplikasi tersebut sebagai sarana pemasaran atau mempromosikan produk – produk melalui Instagram. Selain digunakan untuk mengirim foto dan video. Dalam Instagram terdapat beberapa fitur lain seperti *comment, love, share dan DM (direct message)*.

Dengan fungsi yang hampir menyerupai dengan Twitter. Menurut Atmoko (2012:3) perbedaan antara dua media sosial antara Instagram dan Twitter ini terletak pada tempat untuk berbagi informasi dan terletak pada pengambilan foto maupun video terhadap penggunaannya. Selain itu Instagram juga meningkatkan kreativitas dan memberikan inspirasi bagi para penggunanya, dikarenakan Instagram memiliki beberapa fitur yang mampu membuat foto menjadi lebih indah selain itu juga mampu membuat foto jadi lebih bagus menurut Atmoko (2012:10).

Berikut adalah beberapa fitur – fitur yang terdapat di dalam Instagram diantaranya Atmoko (2012:41):

1. Pengambilan gambar: Ketika ingin berbagi foto untuk langkah pertama yang harus dilakukan adalah mengambil gambar terlebih dahulu.
2. Olah digital sederhana: *Lux, Filter, X-Pro 11, Lomo-fi, Toaster, Valencia, Walden, Hefe, Nashville, Till-shift, Normal, Earlybird, Brannan, Inkwel, Hefe, 1997, Sierra dan Kelvin*, ini merupakan nama – nama efek sederhana yang disediakan untuk tahap berikutnya sebelum foto dibagikan ke dalam Instagram.
3. Deskripsi foto: *Hashtag*, lokasi, memberi nama judul foto, *caption*, berikut adalah langkah – langkah setelah proses memberikan efek pada foto dan penjelasan tentang langkah – langkah sebelum membagikan foto baik di Instagram atau membagikan foto kepada media sosial lainnya.
4. Aktivitas jejaring sosial: Memberikan tanda suka dan berkomentar, *follow* dengan sesama pengguna, Pada konteks ini Instagram juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk berinteraksi dengan sesama

pengguna, hal itu merupakan kelebihan mencolok dari Instagram, walaupun Instagram menyebut dirinya hanya sebagai aplikasi layanan untuk membagikan foto.

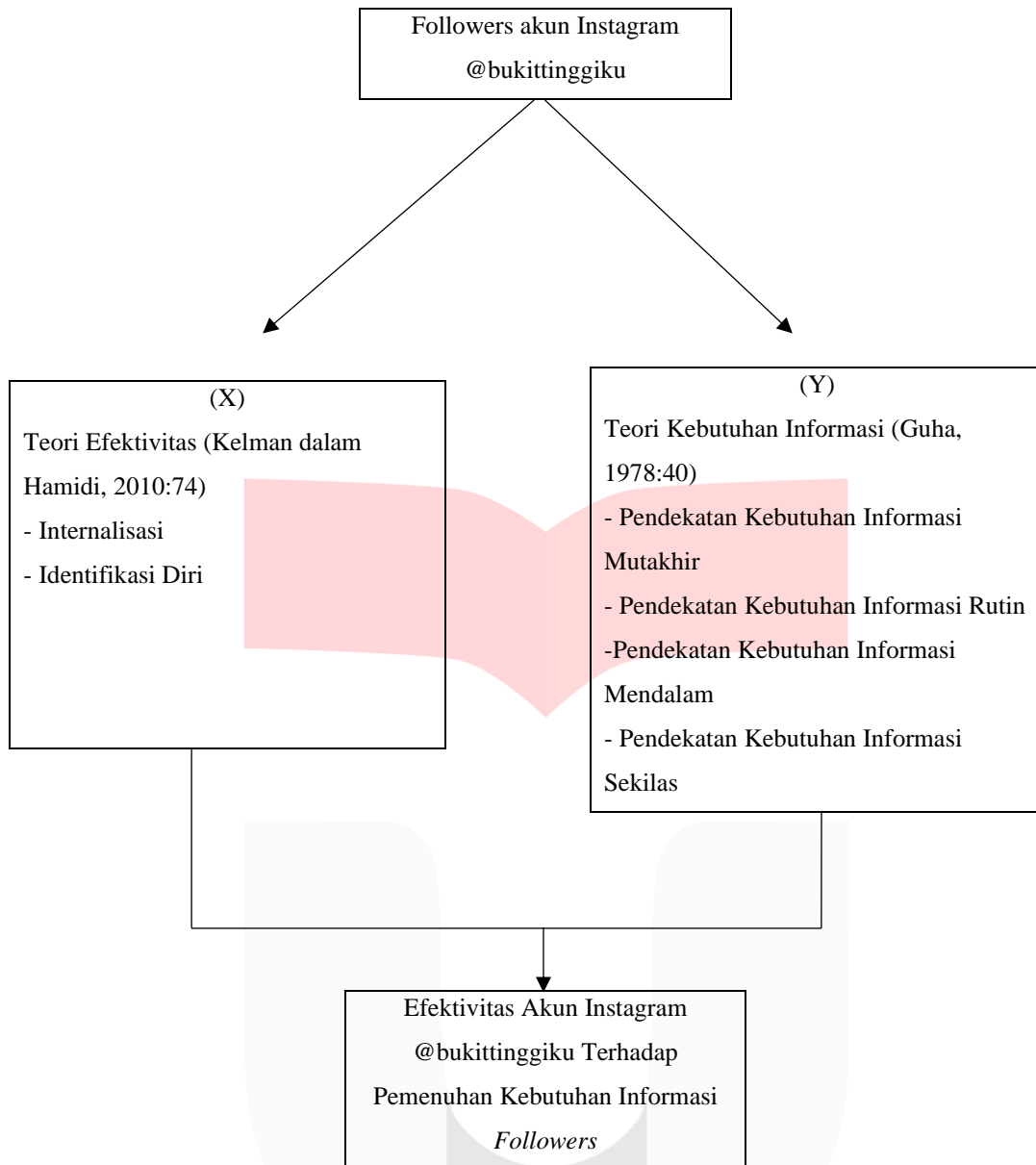
Kebutuhan Informasi

Yang memperkuat informasi ialah terletak pada data dan fakta sehingga menjadi sebuah kebenaran, saat ini setiap orang memang sangat membutuhkan yang namanya informasi yang bertujuan untuk menunjang kegiatannya. Pemenuhan kebutuhan dan tuntutan dari kehidupannya. Menurut Sankarto (2008:1) ketika proses pengolahan data menjadi sesuatu yang berarti, bermanfaat dan berguna untuk penggunanya, itulah yang disebut dengan informasi. Selain menentukan sukses atau gagalnya sebuah informasi, bergantung bagaimana pengelolaan dari informasi itu sendiri.

Bagaimana proses informasi tersebut dibentuk, tentunya melalui proses – proses dalam pengamatan terhadap data yang berupa angka, suara, teks, simbol, gambar, huruf dan penggabungan keseluruhan. Tidak hanya itu saja data juga dapat diartikan sebagai mewakili atau merepresentasikan manusia, hewan, konsep maupun peristiwa, yang kemudian dari data – data itu dilakukan olahan data dan dikenal sebagai siklus olahan data, sehingga mampu melahirkan sebuah informasi yang berkualitas (siklus informasi) Sankarto (2008:1)

Ada beberapa jenis kebutuhan informasi Guha (1978:40):

1. *Current need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir). Adalah sebuah proses pendekatan untuk sebuah kebutuhan pengguna informasi bersifat mutakhir yang mana memiliki tujuan teruntuk meningkatkan sebuah pengetahuan. Selain itu antara pengguna dan sistem informasi sangat memerlukan pola interaksi yang bersifat konsisten.
2. *Everyday need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin). Adalah sebuah proses pendekatan yang melibatkan mengenai kebutuhan pengguna dengan ciri sifatnya yang cepat dan spesifik. Selain itu pola informasi yang diperlukan oleh penggunanya ialah informasi yang bersifat rutin ditemui penggunanya.
3. *Exhaustic need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam). Adalah pendekatan terhadap kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam. Pengguna informasi mempunyai ketergantungan yang tinggi pada informasi yang dibutuhkan dan relevan, spesifik, dan lengkap.
4. *Catching-up need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas). Adalah pendekatan terhadap pengguna akan informasi yang ringkas. Tetapi juga lengkap khususnya mengenai perkembangan terakhir suatu subjek yang diperlukan dan hal – hal yang sifatnya relevan.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

3. Metodologi Penelitian

Penelitian mengenai “Efektivitas Akun Instagram @bukittinggiku Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*” menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengertian dari penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2017:8) digunakan untuk meneliti populasi dan sampel yang merujuk kepada filsafat positivisme. Dengan pengumpulan yang menggunakan analisis data dan bersifat kuantitatif atau statistik, penulis mengadopsi instrument penelitian dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Fenomena yang dipandang oleh filsafat positivisme seperti teramati, terukur, hubungan gejala yang bersifat sebab dan akibat, dan gejala dapat diklarifikasikan. Oleh karena itu pada penelitian menggunakan sampel dan populasi yang representatif, untuk mencari rumusan masalah dengan menggunakan teori dan konsep yang

bertujuan untuk mendapatkan rumusan sebuah hipotesis maka bisa ditegaskan bahwa penelitian ini menggunakan proses penelitian bersifat deduktif.

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan. Hasil uji validitas variabel X dapat disimpulkan bahwa 8 butir pernyataan yang diajukan dinyatakan valid. Karena r hitung setiap pernyataan lebih besar dibandingkan r tabel (0,361). Pada hasil uji validitas variabel Y dapat disimpulkan bahwa 12 butir pernyataan yang diajukan dinyatakan valid. Karena r hitung setiap pernyataan lebih besar dibandingkan r tabel (0,361).

Untuk dapat menguji reliabilitas di penelitian ini dapat menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Dalam penelitian ini telah dilakukan uji reliabilitas terhadap variabel X Efektivitas Akun Instagram dan variabel Y Kebutuhan Informasi. Hasil *Cronbach Alpha* variabel X adalah 0,823 dan 0,866 untuk variabel Y, maka hal tersebut dikatakan reliabel karena hasilnya $> 0,60$.

3.1 Hipotesis

Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H0 : Akun Instagram @bukittinggiku tidak efektif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

H1 : Akun Instagram @bukittinggiku efektif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

3.2 Analisis Deskriptif Variabel Efektivitas Akun Instagram

Berdasarkan penelitian yang dilakukan kepada 100 responden *followers* akun Instagram @bukittinggiku. Teori efektivitas Menurut Hamidi (2010:74) dalam buku Metode Penelitian dan Teori Komunikasi, dalam buku ini menjelaskan dari sudut komunikasi mengenai internalisasi dan identifikasi. Hal ini dicermati ketika sebuah pesan dapat diterima dengan rasionalitas dan pesan tersebut memiliki sesuatu kebermanfaatan, maka internalisasi sedang terjadi kepada komunikasi. Ketika komunikator mempunyai daya tarik atau atraksi maka identifikasi diri sedang terjadi. Hal ini menunjukkan bahwa komunikator mempunyai daya tarik dilihat dari bagaimana komunikator menyuguhkan gambar, kata – kata serta informasi kepada *followers*. Berikut adalah hasil analisis deskriptif yang dilakukan terhadap variabel efektivitas akun Instagram @bukittinggiku dilihat dengan cara keseluruhan dalam kategori baik atau efektif. Dengan hasil keseluruhan yang didapatkan berdasarkan variabel efektivitas akun Instagram @bukittinggiku dengan total skor 2.697 dan rata – rata presentase skor 84,28%. Maka dikategorikan akun Instagram @bukittinggiku sangat baik berdasarkan garis kontinum.

3.3 Analisis Deskriptif Variabel Kebutuhan Informasi Followers

Untuk variabel kebutuhan informasi menurut Guha (1978:40). Ada 4 jenis kebutuhan informasi tersebut seperti *Current need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir), *Everyday need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin), *Exhaustic need approach* (Pendekatan Kebutuhan informasi mendalam), *Catching-up need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas). Dengan hasil keseluruhan yang didapatkan berdasarkan variabel kebutuhan informasi dengan total skor 3866 dan rata – rata presentase 80,54% maka dikategorikan akun Instagram @bukittinggiku baik berdasarkan garis kontinum.

Current need approach (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir) adalah sebuah proses pendekatan untuk sebuah kebutuhan pengguna informasi bersifat mutakhir. Yang mana memiliki tujuan teruntuk meningkatkan sebuah pengetahuan, selain itu antara pengguna dan sistem informasi sangat memerlukan pola

interaksi yang bersifat konsisten. Berdasarkan sub variabel *Current need approach* peneliti mendapatkan total hasil skor 643 dan presentase untuk sub variabel sebesar 80,37% ada pada kategori baik.

Everyday need approach (Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin) adalah sebuah proses pendekatan yang melibatkan mengenai kebutuhan pengguna dengan ciri sifatnya yang cepat dan spesifik. Selain itu pola informasi yang diperlukan oleh penggunanya ialah informasi yang bersifat rutin. Berdasarkan sub variabel *Everyday need approach* peneliti mendapatkan hasil skor analisis 985 dan untuk presentasinya sebesar 82,8% dan bisa disimpulkan bahwa sub variabel ini masuk kedalam kategori sangat baik.

Exhaustic need approach (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam) adalah pendekatan terhadap kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam. Pengguna informasi mempunyai ketergantungan yang tinggi pada informasi yang dibutuhkan dan relevan, spesifik dan lengkap. Berdasarkan sub variabel *Exhaustic need approach* peneliti mendapatkan hasil skor analisis 1.571 dan presentase sebesar 78,55% bisa dikatakan sub variabel *Exhaustic need approach* berada pada kategori baik jika dilihat dari garis kontinum.

Catching-up need approach (Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas) adalah pendekatan terhadap pengguna akan informasi yang ringkas. Tetapi juga lengkap khususnya mengenai perkembangan terakhir suatu subjek yang diperlukan dan hal – hal yang sifatnya relevan. Berdasarkan hasil skor analisis sub variabel *Catching-up need approach* peneliti mendapatkan hasil 667 dan presentase sebesar 83,37% bisa dikatakan sub variabel *Catching-up need approach* berada pada kategori sangat baik dilihat dari garis kontinum.

4. Kesimpulan

Dengan hasil yang dilakukan pada penelitian ini mengenai Efektivitas Akun Instagram @bukittinggiku Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* maka peneliti menarik kesimpulan dari dua teori yang digunakan. Pertama teori efektivitas dengan sub variabel internalisasi dan identifikasi, berdasarkan hasil perhitungan pada variabel efektivitas maka diperoleh total skor 2.697 dengan presentase skor sebesar 84,28%. Kedua teori kebutuhan informasi dengan keempat sub variabelnya, maka diperoleh total skor 3.866 dengan presentase skor sebesar 80,54%. Sementara untuk hitungan keseluruhan total skor dari dua variabel sebesar 7.066 dan untuk presentase skor sebesar 88,32%. Dapat disimpulkan dari hasil hitungan total skor kedua variabel bahwa akun Instagram @bukittinggiku sangat efektif dalam pemenuhan kebutuhan informasi *followers* berdasarkan garis kontinum. Selain itu dengan hasil pengolahan uji t menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel. Karena t hitung (16,746) > t tabel (1,984) dari tingkat signifikan 0,05. Maka disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima. Yang artinya akun Instagram @bukittinggiku bisa dijadikan sebagai media sosial berbasis gambar sebagai sarana untuk kebutuhan informasi.

Referensi

- [1] Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotogarfi Ponsel*, Jakarta: Media Kita
- [2] Guha. 1978. *Documentation and Information*. Calcutta: The World Press Private Limited
- [3] Hamidi. 2010. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang: UMM Pers.
- [4] Martoyo, Susilo, 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Kelima. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- [5] Sankarto. Bambang. 2008. *Identifikasi kebutuhan Informasi*. Bandung: Rekayasa Sains
- [6] Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.