

Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers

Siti Nurbaiti Fauziyyah¹, Nofha Rina²

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

Email: sitinfau@gmail.com

ABSTRAK

Instagram yang awalnya hanya digunakan untuk membagikan foto dan video, saat ini Instagram bisa dijadikan para pengguna sebagai media untuk membagikan berita. Dengan Instagram, masyarakat tidak perlu membuka portal berita melalui website karena semua berita yang diinginkan bisa didapatkan melalui satu platform yaitu Instagram. Instagram memudahkan para pengguna untuk membagikan informasi kepada pengguna lainnya. Salah satu akun yang memanfaatkan media sosial Instagram untuk menyebarkan informasi yaitu akun Instagram @infobandungraya. Akun Instagram @infobandungraya menyebarkan informasi seputar Kota Bandung. Dalam penelitian ini peneliti mengambil populasinya adalah *followers* akun Instagram @infobandungraya. Sampel yang diambil yaitu sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik *non probability sampling*. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh dari efektivitas akun Instagram @infobandungraya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif yaitu suatu penelitian yang menentukan beberapa hipotesis yang akan diuji. Metode survey yang dilakukan yaitu dengan menyebarkan *link* kuesioner kepada para *followers* akun Instagram @infobandungraya melalui fitur *direct messages*. Penelitian ini menyimpulkan adanya pengaruh dari efektivitas akun Instagram @infobandungraya sebesar 55,95% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* yang didukung oleh faktor-faktor seperti keakuratan berita, kejelasan berita, dan memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan *followers*-nya.

Kata Kunci: Efektivitas, Kebutuhan Informasi, Instagram

The Effectiveness of @infobandungraya Instagram Account on Fulfilling Followers' Information Needs

ABSTRACT

Instagram which originally only used to share photos and videos, can now be used by users as a medium to share news. With Instagram, people do not need to open news portals through the website because all the news that can be obtained through one platform. Instagram makes it easy for users to share information with other users. @infobandungraya is one of Instagram accounts that utilize social media Instagram to spread information. @infobandungraya spreading information about Bandung city. In this study, researchers took the population of @infobandungraya Instagram account followers. 100 people were chosen as samples, using non probability sampling technique. The purpose of this research is to know the effectiveness of @infobandungraya Instagram accounts on fulfilling followers information needs. This type of research is a quantitative research descriptive, a study that determines some of the hypotheses to be tested. This method of survey is spread the questionnaire link to the followers of @infobandungraya through the direct messages feature. The study concluded that the effectiveness of Instagram accounts @infobandungraya affects 55.95% on fulfilling the Followers' information needs, supported by factors such as the accuracy of the news, the clarity of the news, and providing information that suit the needs of its followers.

Keywords: Effectiveness, Information Needs, Instagram

Korespondensi: Siti Nurbaiti Fauziyyah. Universitas Telkom. Jl. Telekomunikasi Jl. Terusan Buah Batu, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Bandung, Jawa Barat 40257. No. **HP, WhatsApp: 08568903460** Email: sitinfau@gmail.com

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari dan akan terus berkembang seiring berjalannya waktu. Hal ini dapat dipahami, sebab di era yang serba cepat seperti sekarang, efisiensi waktu sangat berarti di kehidupan sehari-hari, dan kemajuan teknologi menawarkan efisiensi waktu tersebut bagi segala aktivitas manusia. Sekarang semua aktivitas manusia tidak terlepas dari teknologi, sebagian besar kegiatan manusia dilakukan oleh teknologi. Hal ini karena teknologi membantu manusia untuk lebih cepat dan efisien dalam mengerjakan pekerjaannya. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia. Menurut Ngafifi (2014), teknologi juga memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktivitas manusia. Di era globalisasi dan perkembangan teknologi membawa perubahan dalam komunikasi, contohnya adalah dengan kemunculan internet (Mardianti, Supratman, & Rina, 2019).

Tak terkecuali dalam cakupan informasi. Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat di era globalisasi saat ini tidak bisa dihindari lagi pengaruhnya (Budiman, 2017). Teknologi informasi merupakan perkembangan sistem informasi dengan menggabungkan antara teknologi komputer dengan telekomunikasi (Baharudin, dalam Budiman, 2017). Teknologi informasi diciptakan dengan tujuan untuk membantu manusia dalam mencari dan

mendapatkan informasi. Bisa dilihat pada zaman sekarang, begitu mudah mendapatkan informasi terkini yang disebabkan oleh berkembang pesatnya perkembangan teknologi informasi. Informasi tersebut dapat diakses dengan menggunakan sebuah perangkat seperti komputer, *laptop* ataupun *smartphone*.

Seiring dengan semakin canggihnya teknologi, maka semakin mudah pula seseorang untuk mendapatkan informasi melalui internet. Hanya saja, perlu perhatian khusus tentang bagaimana para pengguna internet dapat selektif dan bijak dalam menyaring informasi yang dapat ia konsumsi.

Masyarakat pada era digital ini memanfaatkan internet sebagai sarana pertukaran informasi dan komunikasi. Internet memiliki begitu banyak manfaat pada kehidupan manusia yang serba modern seperti sekarang, salah satunya adalah menjadi wadah yang begitu luas bagi masyarakat guna membagikan atau mendapat informasi baik yang secara langsung ataupun tidak. Saat ini Internet seolah sudah menjadi kebutuhan pokok bagi setiap masyarakat (Fathiyyah & Rina, 2019).

Kemudahan dalam mengakses informasi seperti ini yang terkadang tak selalu membawa dampak positif bagi para pengakses atau pengguna internet. Kemudahan ini juga akan berdampak pada maraknya pemberitaan tertentu yang belum jelas kebenarannya. Oleh sebab itu, perlu kesadaran para pengguna internet untuk lebih *aware* atau melek terhadap media-media

yang mereka akses atau dapat juga disimpulkan sebagai literasi media.

Untuk memahami Literasi Media terdapat pengertian dari Potter yang menyebutkan bahwa media literasi adalah suatu rangkaian perspektif yang kita gunakan secara aktif untuk menerpa diri kita dengan media untuk menginterpretasikan makna dari pesan-pesan (media) yang kita temui. Kita membangun perspektif kita dari struktur pengetahuan. Untuk membangun struktur pengetahuan, kita memerlukan peralatan dan materi-materi mentah. Peralatan tersebut adalah keterampilan kita. Sedangkan materi mentah tersebut adalah informasi yang kita dapat dari media dan dari dunia nyata. Penggunaan secara aktif berarti bahwa kita waspada akan pesan-pesan (media) dan dengan sadar berinteraksi dengannya (Potter, dalam (Balya, Pratiwi, & Prabudi, 2018).

Media sosial adalah salah satu sarana utama para pengguna internet dalam mendapatkan informasi. Tercatat lebih dari 3,5 miliar manusia di bumi bergabung ke media sosial, menurut laporan terbaru dari We Are Social dan Hootsuite bulan Juli 2019. Jumlahnya naik dari laporan yang sama dua tahun lalu, di mana total pengguna media sosial di dunia mencapai 3 miliar.

Menurut Evans (2008), media sosial adalah demokratisasi informasi, mengubah orang menjadi penerbit konten. Ini adalah pergeseran dari mekanisme siaran menjadi model banyak ke banyak, yang berakar pada percakapan antara penulis, orang, dan teman sebaya. Media sosial menggunakan "konsep orang banyak" untuk

menghubungkan informasi secara kolaboratif. Munculnya media sosial tersebut tentunya memberikan manfaat yang begitu banyak bagi masyarakat terutama dalam hal mencari informasi dan berkomunikasi. Salah satu media sosial yang populer dikalangan masyarakat yaitu Instagram. Dari banyaknya media sosial yang hadir untuk dapat dikonsumsi oleh masyarakat modern ini dan salah satunya yaitu Instagram menimbulkan manfaat yang berguna untuk penyampaian informasi baru (Zahra & Rina, 2018).

Instagram merupakan sebuah platform media sosial yang dirancang untuk membagikan foto dan video serta memungkinkan para penggunanya untuk memberikan filter digital pada fotonya, mengedit foto dan video. Namun, kini Instagram yang awalnya hanya digunakan untuk membagikan foto dan video, saat ini Instagram bisa dijadikan para pengguna sebagai wadah untuk membagikan berita. Dengan Instagram, masyarakat tidak perlu membuka portal berita melalui website karena semua berita yang diinginkan bisa didapatkan melalui satu platform yaitu Instagram. Melalui Instagram, para pengguna juga bisa mendapatkan berita yang sesuai dengan kebutuhan karena berita yang muncul pada *timeline* Instagram sesuai dengan akun Instagram yang diikuti.

Instagram memudahkan para pengguna untuk membagikan informasi kepada pengguna lainnya. Misalnya, jika pengguna ingin mengetahui informasi mengenai kota tertentu maka pengguna dapat mem-*follow* akun khusus yang menyajikan tentang informasi kota tersebut. Salah satu akun

yang memanfaatkan media sosial Instagram untuk menyebarkan informasi yaitu akun Instagram @infobandungraya. Akun Instagram @infobandungraya menyebarkan informasi seputar Kota Bandung. Instagram merupakan salah satu media yang tepat untuk menyebarkan informasi secara meluas karena Instagram merupakan media yang mudah diakses oleh siapapun dan penyebarannya juga sangat cepat.

Atas dasar kemudahan-kemudahan yang ada di dalamnya, media social khususnya instagram menjadi salah satu opsi utama para pengguna internet untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Hal itu dikarenakan pada media sosial instagram seseorang akan menerima informasi-informasi yang memang mereka tertarik untuk mengonsumsinya saja sesuai akun-akun yang mereka follow. Sehingga media sosial instagram dianggap sebagai media yang efektif untuk mendapatkan informasi-informasi yang para penggunanya cari dan butuhkan.

Efektivitas menurut Susilo Martoyo (2007), yaitu efektivitas sebagai suatu kondisi atau keadaan dimana dalam memilih tujuan yang hendak dicapai dan sarana atau peralatan yang digunakan, disertai dengan kemampuan yang dimiliki adalah tepat, sehingga tujuan yang diinginkan dapat dicapai dengan hasil yang memuaskan. Dalam hal ini Instagram menjadi sarana atau peralatan yang digunakan oleh akun @infobandungraya dalam menyebarkan informasinya untuk memenuhi kebutuhan informasi para followers. Menurut Tubbs dan Moss (1996) bahwa komunikasi yang efektif akan

menimbulkan pemahaman, kesenangan, mempengaruhi sikap, hubungan sosial yang baik dan tindakan.

Para pengguna media sosial instagram sendiri tentunya memiliki jenis-jenis kebutuhan yang berbeda antara pengguna satu dengan pengguna lainnya. Menurut Guha (dalam Syaffril, 2004) terdapat jenis-jenis kebutuhan terhadap informasi, yaitu *current need approach*, *everyday need approach*, *exhaustic need approach*, dan *catching-up need approach*.

Berdasarkan pemaparan penulis di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui efektivitas akun instagram @infobandungraya dalam pemenuhan kebutuhan informasi *followers* dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari efektivitas akun Instagram @infobandungraya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Berbeda dengan penelitian kualitatif, kuantitatif dalam penelitiannya menentukan beberapa hipotesis yang akan diuji. Penelitian kuantitatif pun lebih sistematis dan terstruktur saat perencanaannya. Menurut Sugiyono (2009), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi

atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah individu, benda, atau organisme yang dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian. Istilah lain yang digunakan untuk menyebut subjek penelitian adalah responden, yaitu orang yang memberi respon atas suatu perlakuan yang diberikan kepadanya (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Dalam penelitian ini yang dijadikan subjek penelitian ini adalah para followers akun Instagram @infobandungraya. Dimana para followers nya yang mengetahui mengenai keefektifan dari akun @infobandungraya dalam menyebarkan informasi.

Objek penelitian adalah suatu hal yang ingin diteliti. Objek penelitian adalah sifat keadaan dari suatu benda/orang yang menjadi pusat perhatian dan sasaran penelitian, atau yang hendak diselidiki di dalam kegiatan penelitian. Objek yang dijadikan dalam penelitian ini adalah tentang bagaimana informasi yang diberikan oleh akun Instagram @infobandungraya dapat efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi para *followers*-nya

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Bandung dan mengambil responden yang berasal dari followers akun instagram @infobandungraya dengan melakukan survei kuesioner yang disebarakan melalui media sosial oleh penulis, sehingga followers akun instgram @infobandungraya termasuk kriteria responden dan bisa mengisi kuesioner.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2009), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil populasinya adalah followers akun Instagram @infobandungraya. Dari Instagram @infobandungraya dapat dilihat bahwa ada sebanyak 753.839 orang yang menjadi *followers* akun Instagram tersebut.

Menurut Sugiyono (2009) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel menurut Siregar (2013). Rumus Slovin tersebut sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Sampel yang akan diambil penulis

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan sampel yang di toleransi

Peneliti menggunakan tingkat kesalahan 10% dengan jumlah *followers* @infobandungraya mencapai 753.839. Dengan populasi sebanyak ini dan menggunakan rumus Slovin maka dapat dihitung jumlah sampel penelitian ini yaitu:

$$n = \frac{753.839}{1 + 753.839 (0.1^2)}$$

$$n = \frac{753.839}{7,539.39}$$

$$n = 99,98$$

Diperoleh jumlah sampel minimum yang digunakan dalam penelitian tersebut sebanyak 99,98 yang dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dalam penelitian ini, maka dilakukan pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah diambil dengan menyebarkan kuesioner yang diisi oleh para responden yang telah ditentukan. Kuesioner ini akan dibagikan kepada para followers akun Instagram @infobandungraya. Penyebaran kuesioner ini akan dilakukan melalui Instagram kepada para followers serta menyebarkan link kuesioner menggunakan media sosial. Kemudian data-data pendukung lainnya didapatkan dari buku-buku, hasil dokumentasi, studi literatur, internet ataupun penelitian terdahulu yang telah dilakukan yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk menjelaskan variabel-variabel yang telah ditentukan. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi untuk umum atau generalisasi. Termasuk dalam statistik deskriptif, antara lain adalah penyajian data menggunakan tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral) (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016).

Untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian ini, maka peneliti menggunakan rumus Rank Order Mean, yaitu metode statistik yang digunakan untuk mengukur efektivitas. Dalam penelitian ini pengukuran dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada followers akun Instagram @infobandungraya.

1. Uji Normalitas

Menurut Umar (2008), uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Jika data ternyata tidak berdistribusi normal, maka analisis non-parametrik dapat digunakan. Jadi jika data berdistribusi normal, maka analisis parametrik termasuk model-model regresi yang dapat digunakan. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui garis grafik. Menurut Umar (2008) jika datanya

menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Regresi Linear Sederhana

Menurut Siregar (2013) dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS, regresi linear sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel tak bebas (*dependent*).

Rumus Regresi Linear Sederhana:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y= Variabel terikat

X= Variabel bebas

a dan b= konstanta

3. Uji Hipotesis (Uji T)

Untuk melakukan pengujian hipotesis dilakukan dengan t-test atau uji T. Uji T berguna untuk menguji bagaimana pengaruh hubungan Variabel Bebas (X) yaitu Efektivitas Media Sosial berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Uji T dilakukan dengan melakukan perbandingan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} .

Dalam menentukan nilai t_{tabel} menggunakan tingkat signifikan 5% dengan derajat kebebasan $dk = (n-k-1)$ yang mana n merupakan jumlah responden dan k merupakan jumlah variabel.

Kriteria dalam melakukan Uji T adalah sebagai berikut:

a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) berguna untuk mengetahui seberapa besar sumbangan dari variabel bebas (X) yaitu efektivitas dari variabel Media Sosial terhadap variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut menurut Riduwan (2010):

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KP: Nilai Koefisien Determinasi

r: Nilai Koefisien Korelas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah data yang didapatkan berdistribusi normal, mendekati normal, atau tidak berdistribusi normal. Model resgresi yang baik adalah yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk melakukan uji normalitas dilakukan dengan tes Kolmogorov-Smirnov koreksi Lilliefors. Diuji dengan bantuan *software* SPSS 25, diperoleh data sebagai berikut:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.30126096
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.047
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.109 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Gambar 1.

Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Analisis kenormalan metode Kolmogorov-Smirnov mensyaratkan kurva normal apabila nilai asymp.Sig berada diatas batas maximum error, yaitu 0,05. Adapun dalam analisis regresi, yang diuji kenormalan adalah residual atau variabel gangguan yang bersifat stokastik acak, maka data diatas dapat digunakan karena variabel residu berdistribusi normal.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan bantuan *software* SPSS 25 diperoleh hasil sebagai berikut:

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.896	2.102		2.805	.006
	Efektivitas	.654	.059	.748	11.160	.000

a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi

Gambar 2.

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Dari output data SPSS 25 diatas, diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$Y = 5,896 + 0,654 X$$

Nilai konstanta α memiliki arti bahwa ketika Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya (X) bernilai nol atau Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) tidak dipengaruhi oleh Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya, maka rata-rata Pemenuhan Kebutuhan Informasi bernilai 5,896. Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa jika variabel Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya (X) meningkat sebesar satu satuan, maka Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) *Followers* akan meningkat sebesar 0,654.

Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya memberikan pengaruh positif terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*. Semakin tinggi atau kuat efektivitas akun Instagram @infobandungraya, maka semakin meningkat pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Analisis Korelasi

Untuk mengetahui hubungan antara variabel Efektivitas Komunikasi dengan variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi, digunakan analisis korelasi Pearson. Berikut ini adalah hasil pengolahan *software* SPSS 25 untuk koefisien korelasi mengenai hubungan antara Efektivitas komunikasi dengan Kebutuhan Informasi.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.748 ^a	.560	.555	2.31297

a. Predictors: (Constant), Efektivitas
b. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi

Gambar 3.

Hasil Analisis Korelasi

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,748 yang berarti terdapat hubungan yang kuat antara Efektivitas Komunikasi dengan Kebutuhan Informasi.

Uji Hipotesis (Uji t)

$H_0 : \beta = 0$ Artinya, Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya tidak berpengaruh terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*.

$H_1 : \beta \neq 0$ Artinya, Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya berpengaruh terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*.

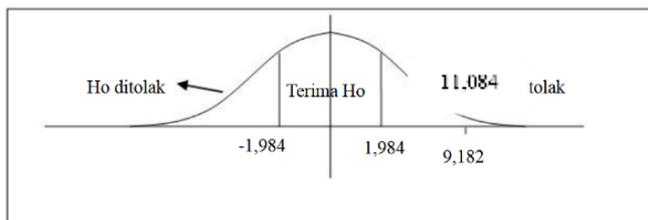
Rumus yang digunakan dalam menguji hipotesis diatas yaitu menggunakan uji *t-student*:

$$\begin{aligned}
 t_{hit} &= \frac{b}{Se(b)} \\
 &= \frac{0,654}{0,059} \\
 &= 11,084
 \end{aligned}$$

Dengan $\alpha = 5\%$ dan $dk = 100-2 = 98$ diperoleh nilai t tabel sebesar $\pm 1,984$.

Berdasarkan kriteria uji berikut:

1. Terima H_0 jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$
2. Tolak H_0 jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$



Gambar 3 Kurva Uji t

Berdasarkan Perhitungan diatas, dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 11,084. Karena nilai t hitung (11,084) > t tabel (1,984), maka H_0 ditolak. Artinya efektivitas akun Instagram @infobandungraya berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* ditunjukkan oleh koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 KD &= r^2 \times 100\% \\
 &= (0,748)^2 \times 100\% \\
 &= 55,95\%
 \end{aligned}$$

Koefisien determinasi dari hasil perhitungan didapat sebesar 55,95%. Hal ini menunjukkan bahwa Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya memberikan pengaruh sebesar 55,95% terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*, sedangkan sisanya sebesar 44,05% Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

Pembahasan Penelitian

Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*

Komunikatif

Untuk sub-variabel pemahaman mendapatkan presentase skor sebesar 84%. Dalam hal ini, akun Instagram @infobandungraya berhasil dalam memberikan informasi yang jelas, akurat, sesuai dengan fakta, bahasa yang mudah dipahami, dan isi pesan yang informatif sehingga *followers* dapat dengan mudah menerima memahami makna pesan yang disampaikan oleh *followers*.

Untuk hasil perhitungan sub-variabel kesenangan mendapatkan presentase skor sebesar 78,1%. Artinya, @infobandungraya membuat responden senang ketika menerima dan membacanya. Hal tersebut disebabkan karena akun @infobandungraya rutin memberikan informasi-informasi tentang kuliner dan tempat wisata yang ada di Bandung sehingga membuat para *followers*-nya senang karena mendapatkan referensi-referensi baru tentang Kota Bandung.

Untuk sub-variabel mempengaruhi sikap didapatkan presentase skor sebesar 86% Dalam

hal ini dapat dikatakan bahwa *followers* menjadi tidak acuh mengenai informasi yang terjadi di Kota Bandung karena *followers* akan dengan mudah mendapatkan informasi melalui akun Instagram @infobandungraya.

Untuk sub-variabel hubungan sosial yang baik didapatkan presentase skor sebesar 76,5%. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @infobandungraya mencoba untuk respon yang cepat dan baik kepada *followers*-nya agar menumbuhkan kepercayaan dari *followers*-nya untuk tetap dapat memberikan informasi. Demi menjalin hubungan yang baik dengan *followers*-nya maka akun Instagram @infobandungraya berusaha untuk tetap berinteraksi dengan *followers* melalui kolom komentar dan fitur direct messages Instagram.

Sub-variabel tindakan mendapatkan presentase skor sebesar 76,2%. Dari hasil data dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang terjadi sudah efektif. Sebagian besar responden setuju dengan pernyataan bahwa akun Instagram @infobandungraya memberikan informasi yang jelas, informatif, membuat *followers* senang dengan informasinya, dan juga memberikan respon yang baik kepada *followers*-nya sehingga dari hal tersebut membentuk kepercayaan dan citra yang baik dari akun tersebut. Dari hal tersebut mendorong *followers* untuk selalu melihat informasi yang diberikan dan juga lebih memilih akun @infobandungraya sebagai sumber informasi utamanya dalam mencari informasi seputar Kota Bandung.

Kebutuhan Informasi

Untuk sub-variabel *current Need Approach* didapatkan presentase skor sebesar 84,3%. Data tersebut menunjukkan bahwa akun Instagram @infobandungraya sangat dibutuhkan *followers* dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Dalam hal ini, akun Instagram @infobandungraya sudah sangat baik dalam memberikan informasi yang terbaru kepada *followers*-nya untuk memenuhi kebutuhan informasi. Semua informasi yang disebarkan oleh akun Instagram @infobandungraya berasal dari netizen yang berada di tempat kejadian dan netizen langsung mengirimkan pada akun tersebut sehingga informasi yang diberikan bersifat mutakhir.

Sub-variabel *Everyday Need Approach* mendapatkan presentase skor sebesar 83,5%. Dalam hal ini terlihat bahwa akun Instagram @infobandungraya sudah sangat baik dalam memberikan informasi setiap harinya sehingga terpenuhi kebutuhan informasi sehari-hari para *followers*.

Sub-variabel *Exhaustic Need Approach* mendapatkan presentase skor sebesar 75,8%, yang artinya akun Instagram @infobandungraya sudah cukup baik dalam menyebarkan informasi mendalam pada *followers*-nya. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @infobandungraya sudah cukup baik dalam memberikan informasi yang detail. Hal tersebut dapat dilihat dari bukti-bukti berita yang berupa video kejadian dan caption yang berisi mengenai penjelasan kejadian.

Untuk sub-variabel *Catching-Up Need Approach* didapatkan presentase skor sebesar

82,7%, yang artinya akun Instagram @infobandungraya sudah sangat baik dalam menyampaikan informasi yang ringkas dan lengkap. Dalam hal ini, untuk memenuhi kebutuhan informasi *followers*, akun Instagram @infobandungraya memberikan informasi yang ringkas dan lengkap melalui caption pada setiap postingannya sehingga *followers* dapat memahami setiap informasi yang diberikan dan kebutuhan informasinya seputar Kota Bandung terpenuhi melalui akun tersebut.

Besar pengaruh dari efektivitas akun Instagram @infobandungraya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya memberikan pengaruh sebesar 55,95% yang didukung oleh faktor-faktor seperti kecepatan penyebaran berita, keakuratan berita, kejelasan berita, dan memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan *followers*-nya tentang Kota Bandung. Sehingga efektivitas dari akun Instagram @infobandungraya mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

SIMPULAN

Jika dilihat berdasarkan hasil perhitungan dapat dikatakan bahwa akun Instagram @infobandungraya sudah sangat efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi *followers*. Hal ini berarti bahwa informasi yang diberikan oleh akun Instagram @infobandungraya sudah tersampaikan dengan baik kepada *followers*.

Terdapat pengaruh dari efektivitas akun Instagram @infobandungraya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Hal ini terlihat dari hasil perhitungan analisis koefisien

sebesar 55,95%. Dari hasil tersebut menunjukkan Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya memberikan pengaruh sebesar 55,95% terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers.

DAFTAR PUSTAKA

- Balya, T., Pratiwi, S., & Prabudi, R. (2018). Literasi Media Digital pada Penggunaan Gadget
- Tonna. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study* 4(2), 173–187. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31289/simbollika.v4i2.1896>.
- Budiman, H. (2017). Peran Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Pendidikan. *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam* 8(1), 31–43. <https://doi.org/10.24042/atjpi.v8i1.2095>.
- Fathiyah, R. N., & Rina, N. (2019). Pengaruh Kredibilitas Youtuber Terhadap Sikap Penonton Pada Channel Youtube Atta Halilintar. *Journal Acta Diurna* 15(2), 98–118. <https://doi.org/https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2019.15.2.2135>.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/0378-4266\(91\)90083-X](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/0378-4266(91)90083-X).
- Mardianti, P., Supratman, L. P., & Rina, N. (2019). Studi Fenomenologi Tentang Komunikasi Interpersonal Pada Online Dating RumahTaaruf.com. *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication* 9(1), 54–63. DOI : [10.36782/jcs.v9i1.1585](https://doi.org/10.36782/jcs.v9i1.1585).
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 2(1), 33–47. <https://doi.org/10.21831/JPPFA.V2I1.2616>.
- Riduwan. (2010). *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syaffril, Muhammad. (2004). *Perilaku Pencarian Informasi Melalui Koleksi Surat Kabar untuk Memenuhi Kebutuhan Informasi*. UNISBA: Bandung

Tubbs, S. L. & Moss, S. (2005). *Human Communication: Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Umar, H. (2008). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Zahra, R., & Rina, N. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop MAYOUTFIT Di Kota Bandung. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi* 6(1), 43–57. <http://dx.doi.org/10.30656/lontar.v6i1.648>.