Motif Penggunaan Media Sosial Instagram @Afeksidn Dalam Memenuhi Kebutuhan Literasi Hubungan Sehat

Revanza Riandra Fahrezi[1], Indra Novianto Adibayu Pamungkas[2], Jasmine Alya Pramesthi[3]
[1] Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, revanzariandra@student.telkomuniversity.ac.id
[2] Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, indrapamungkas@telkomuniversity.ac.id
[3] Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, japrams@telkomuniversity.ac.id

Abstract
The use of social media is now not only used as a medium for entertainment, currently social media such as Instagram has been used by various parties as a medium for disseminating information. Afeksi.idn then took advantage of this in disseminating information, especially literacy regarding healthy relationships, which is currently important in dealing with hot issues in society, namely unhealthy relationships. This research aims to find out how much influence the motives for using the social media Instagram @Afeksidn have on fulfilling the literacy needs of healthy relationships of its followers. The research method used is a quantitative research method to see the influence between variables with inferential data types. The data was collected online using a questionnaire distributed to 303 respondents who were followers of @Afeksidn. This research uses simple linear regression analysis techniques, correlation coefficient tests, and coefficient of determination tests to analyze the data and see the relationship and magnitude of the relationship between motives for media use and literacy needs for healthy relationships. The findings of this research are that the motive for using social media Instagram @Afeksidn has an influence of 49.5% on fulfilling followers' healthy relationship literacy needs, while the remaining 50.5% is due to other variables not included in this research.

Keywords-uses and gratification, motives for media use, healthy relationship literacy needs, Afeksidn

---

Abstrak
Penggunaan media sosial kini tidak hanya digunakan sebagai media hiburan semata, saat ini media sosial seperti Instagram telah digunakan oleh berbagai pihak sebagai media penyebaran informasi. Hal ini yang kemudian dimanfaatkan oleh Afeksi.idn dalam menyebarkan informasi khususnya literasi mengenai hubungan sehat yang saat ini menjadi hal yang penting dalam menghadapi isu hangat di masyarakat, yakni mengenai hubungan tidak sehat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara motif penggunaan media sosial Instagram @Afeksidn terhadap pemenuhan kebutuhan literasi hubungan sehat *followers*-nya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif guna melihat pengaruh antar variabel dengan jenis data inferensial. Adapun data dikumpulkan secara daring dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada 303 responden yang merupakan *followers* @Afeksidn. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana, uji koefisien korelasi, dan uji koefisien determinasi untuk menganalisis data serta melihat pengaruh dan besar hubungan antara motif penggunaan media kepada kebutuhan literasi hubungan sehat. Adapun hasil temuan penelitian ini adalah motif penggunaan media sosial Instagram @Afeksidn memiliki pengaruh sebesar 49,5% terhadap pemenuhan kebutuhan literasi hubungan sehat *followers*-nya, sementara sebesar 50,5% sisanya merupakan variabel lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini.

Kata Kunci-*uses and gratification,* motif penggunaan media, kebutuhan literasi hubungan sehat, Afeksidn.

I. PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk sosial yang hidup berkelompok dimana dalam menjalani kesehariannya ia memerlukan interaksi dan komunikasi dengan sesama (Majidah & Musslifah, 2023). Interaksi yang dilakukan kemudian dapat membangun sebuah hubungan interpersonal antar individu dimana untuk menjaga hubungan tersebut maka diperlukannya sebuah hubungan yang sehat. Hubungan sehat atau *healthy relationship* adalah sebuah hubungan yang menjadikan kepercayaan dan perasaan aman sebagai pondasi dalam hubungan tersebut. Untuk membangun sebuah hubungan yang sehat pun tak terlepas dari diperlukannya pengetahuan akan apa itu hubungan yang sehat, sehingga literasi mengenai hal terkait perlu dilakukan. Literasi sendiri tidak dapat diartikan sebagai suatu penjelasan tunggal karena seiring berkembangnya zaman literasi dideskripsikan kian berbeda (Baiquni, 2021). Namun literasi secara umum dapat dideskripsikan sebagai sebuah keterampilan yang mencakup membaca, menulis, meningkatkan kemampuan maupun pengetahuan terkait komunikasi, kemampuan berpikir kritis, mengembangkan bakat, hingga menciptakan masyarakat yang aktif (Pratama et al., 2022; Utami & Desstya, 2021). Berdasarkan pemaparan tersebut dapat terlihat bahwa literasi memiliki peranan penting dalam membangun keterampilan individu, tak terkecuali mengenai literasi hubungan sehat agar terbangunnya sebuah keterampilan dalam menjalin hubungan yang sehat dengan orang sekitar maupun pasangan agar terhindar dari terjadinya *toxic relationship* atau hubungan tidak sehat.

Toxic relationship atau hubungan tidak sehat adalah hubungan yang beracun (*toxic*) di antara individu atau kelompok. Hubungan seperti ini memiliki sifat merusak dan destruktif sehingga berpotensi membahayakan hingga mengakhiri hubungan yang telah dibuat (Majidah & Musslifah, 2023). *Toxic relationship* dapat terjadi dengan berbagai alasan, seperti salah satunya sebagai bentuk balas dendam atas trauma yang dimiliki, hingga sebagai media pelampiasan emosi yang tak tersalurkan terhadap pasangannya (Praptiningsih & Putra, 2021). Adapun contoh dari hubungan yang tidak sehat *(toxic relationship)* adalah adanya kekerasan (*violence*) dalam hubungan, *love bombing* atau perilaku kasih sayang yang berlebihan, hingga terjadinya perselingkuhan. Perselingkuhan sendiri menjadi topik hangat di Indonesia karena dilakukan oleh publik figur tanah air (Rayendra, 2023), maupun di kalangan ASN atau Aparatur Sipil Negara (Nugroho, 2023). Menjaga hubungan agar terhindar dari hubungan tidak sehat merupakan hal yang harus dipertahankan. Terdapat beberapa hal yang perlu kita lakukan dan menjadi perhatian utama guna menjalin hubungan yang baik dengan pasangan. *Trust* atau kepercayaan merupakan unsur fundamental yang menjadi pondasi untuk membangun hubungan yang baik di antara dua belah pihak (Batoebara, 2018). Selain itu, komunikasi juga menjadi salah satu hal yang memiliki peran penting dalam menjaga hubungan, seperti komunikasi interpersonal yang menjadi kunci penting dalam sebuah hubungan (Prihantoro & Anisah, 2022). Komunikasi interpersonal menjadi penting dalam menjaga hubungan karena melalui komunikasi dapat tersampaikannya sebuah pemikiran, pengetahuan, ide maupun gagasan, hingga emosi seseorang yang kemudian hal ini dapat diterima oleh pasangan dan menciptakan adanya pemahaman kepada pasangan.

Namun hal tersebut masih luput dari perhatian yang akhirnya menjadi permasalahan di dalam hubungan. Kepercayaan dan komunikasi yang seharusnya menjadi elemen dasar dan fundamental dalam menjaga hubungan justru menjadi sebuah masalah lainnya yang menyebabkan terjadinya hubungan tidak sehat *(toxic relationship)*. Terjadinya hubungan tidak sehat oleh salah satu pihak atau bahkan kedua belah pihak dapat menunjukkan bahwa kepercayaan maupun komunikasi yang telah mereka bangun telah dirusak. Selain itu, kurangnya komunikasi merupakan salah satu masalah dan penyebab terjadinya kasus pertengkaran dengan pasangan yang berakibat selesainya hubungan tersebut (Paramita & Suarya, 2018). Permasalahan yang terjadi di dalam sebuah hubungan tentu saja memerlukan jalan keluar untuk tetap menjaga hubungan tersebut. Namun tanpa pengetahuan dan literasi yang tepat mengenai hubungan dapat menjadi masalah tersendiri, maka dari itu Afeksi hadir. Afeksi merupakan sebuah organisasi yang berdiri pada tahun 2022 sebagai layanan penyedia informasi edukasi dan konsultasi relasi berbasis psikologi di Indonesia dimana hal ini ditunjukkan melalui informasi *bio* Instagram @Afeksidn yang merupakan basis operasi mereka. Afeksi secara aktif membagikan edukasi mengenai hubungan romantis dengan pasangan, pertemanan maupun keluarga melalui unggahan *feeds* dan *webinar-webinar* yang mereka lakukan.

Maka berdasarkan pemaparan tersebut, penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kuantitatif kausal yang bertujuan untuk mendeskripsikan hubungan sebab-akibat dari motif penggunaan media sosial Instagram @Afeksidn dalam memenuhi kebutuhan literasi hubungan sehat *followers* akun @Afeksidn dimana kajian komunikasinya ada pada media (Littlejohn & Foss, 2008). Metode penelitian kuantitatif sendiri dipilih karena dalam melihat pengaruh motif penggunaan media terhadap pemenuhan kebutuhan literasi hubungan sehat perlu ditinjau secara objektif (Desfiana & Karsa, 2021). Data yang akan digunakan dalam penelitian ini sendiri diperoleh melalui survei yang berbentuk kuisioner kepada *followers* akun @Afeksidn. Berdasarkan latar belakang yang telah

dipaparkan, dengan adanya hubungan tidak sehat (*toxic relationship*) maka diperlukan juga pemahaman dan literasi mengenai hubungan sehat agar terjalinnya hubungan yang baik dengan pasangan maupun orang sekitar. Maka peneliti akan meneliti mengenai "Motif Penggunaan Media Sosial Instagram @Afeksidn dalam Memenuhi Kebutuhan Literasi Hubungan Sehat".

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Uses and Gratification

Teori *uses and gratification* ini berpusat pada bagaimana penggunaan *(uses)* media dapat memenuhi *(gratification)* kebutuhan seseorang, dimana dalam penelitian ini akan dilihat bagaimana pengguna yakni *followers* akun @Afeksidn menggunakan media Instagram sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan literasi hubungan sehat. Teori atau pendekatan ini sendiri tidak mencakup keseluruhan proses komunikasi karena sebagian besar dari perilaku *audience* dipaparkan atau didasari oleh berbagai kebutuhan *(needs)* dan kepentingan *(interest)* dari individu, dimana hal ini merupakan suatu fenomena mengenai proses penerimaan (pesan media). Teori *uses and gratification* dalam pengembangannya juga memiliki lima asumsi dasar (Littlejohn et al., 2021), yaitu 1) Pengguna aktif terlibat dalam penggunaan media dengan tujuan, 2) Tindakan pro-aktif untuk memenuhi kebutuhan ditentukan pengguna, 3) Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, media bersaing dengan sumber lain, 4) Pengguna sadar akan penggunaan, minat, dan motivasi media mereka, dan 5) Penilaian isi media oleh pengguna.

Palmgreen dan Rayburn menggunakan sebuah asumsi dasar yang menyatakan bahwa penggunaan media oleh penggunanya didasarkan pada motif-motif tertentu (Athoillah, 2018). Adapun motif-motif penggunaan media dalam *uses and gratification* disebut dengan *gratification sought* (GS) yang diartikan sebagai motif yang menggerakkan penggunanya ataupun harapan pengguna ketika menggunakan media. Sementara kepuasan yang dirasakan oleh pengguna berdasarkan penggunaan media yang di dorong oleh motif pribadi mereka disebut dengan *gratification obtained* (GO). *Gratification obtained* adalah kepuasan nyata yang dirasakan pengguna setelah menggunakan media yang mereka pilih berdasarkan motif-motif (McQuail, 2011). McQuail sendiri menjabarkan bahwa motif atau motivasi penggunaan media terbagi menjadi empat motif (McQuail, 2011), yakni:

1. Informasi

Motif informasi adalah motif yang didasari pada adanya pencarian berita, pemenuhan akan keingintahuan, pencarian petunjuk atau arahan terhadap suatu masalah, pencarian terkait opini publik, mempelajari pengetahuan yang baru, hingga mengedukasi diri (Jaiz et al., 2022). Oleh karena itu motif penggunaan media sosial Instagram @Afeksidn dapat dilihat dari adanya motif pencarian atau pemenuhan keinginan informasi, hingga pengikut yang ingin mempelajari atau mengedukasi diri terkait hubungan sehat.

2. Identitas Pribadi

Motif identitas pribadi adalah bagaimana seorang individu memperkaya atau memperkuat berbagai nilai yang ada dalam dirinya (Syahreza & Tanjung, 2018). Maka penggunaan media seperti media sosial Instagram @Afeksidn dapat dilihat dari adanya motif memperkuat nilai-nilai terkait hubungan sehat yang dimiliki individu tersebut.

3. Interaksi Sosial

Motif interaksi sosial adalah motif terkait pencarian informasi mengenai keadaan individu lainnya, identifikasi diri dengan lingkungan sosial, peningkatan rasa kepemilikian dengan lingkungan, pencarian bahan-bahan untuk berinteraksi dengan lawan bicara, hingga untuk terus terhubung dengan keluarga maupun orang lain (Rohmah, 2020). Maka penggunaan media sosial @Afeksidn berdasarkan motif ini adalah karena adanya rasa ingin diakui lingkungan sosial, terus terhubung dengan lingkungan, juga untuk mendapatkan topik terkait hubungan sehat yang dapat dibicarakan dengan orang lain.

4. Hiburan

Motif hiburan adalah motif penggunaan media yang berdasarkan pada pencarian hal atau konten yang memiliki perbedaan dengan rutinitas sehari-harinya, seperti @Afeksidn yang memberikan hal yang berbeda dari rutinitas yakni konten mengenai hubungan sehat. Selain itu, hal tersebut merupakan hal yang ringan, memberikan relaksasi, memberikan rangsangan yang positif, hingga penyaluran emosi bagi penggunanya (Yurindah et al., 2019).

B. Media sosial

Teori media sosial peneliti gunakan dalam penelitian ini karena akun @Afeksidn menggunakan media sosial sebagai media untuk menghadirkan kebutuhan literasi hubungan sehat bagi *followers*-nya. Media sosial sendiri merupakan salah satu media komunikasi yang memiliki peran penting dalam keseharian kita di era digitalisasi, dengan *platform* media sosial kita dapat berinteraksi dengan sesama pengguna maupun menyebarkan informasi dengan cepat dan global. Media sosial memberikan keuntungan besar kepada penggunanya dengan akses seketika terhadap informasi (Singh et al., 2020). Pengguna yang dapat terus-menerus menavigasi informasi yang ingin mereka dapatkan, menjadikan media sosial sebagai sumber informasi bagi penggunanya untuk mendapatkan informasi yang lebih luas dari belahan dunia manapun melalui media tidak dapat terhindarkan. Media sosial yang memberikan banyak kemudahan bagi penggunanya ini dimanfaatkan oleh @Afeksidn untuk menyebarkan informasi seputar hubungan sehat bagi penggunanya, ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan literasi *followers*-nya.

C. Instagram

Instagram adalah salah satu bagian dari media sosial yang merupakan *platform* untuk berbagi foto maupun video, Instagram menjadi salah satu *platform* media sosial yang digunakan oleh @Afeksidn dalam menjalankan program literasi hubungan sehat. Instagram sendiri berasal dari kata insta yang berarti "instan", dan "gram" yang berasal dari kata telegram, sehingga Instagram dapat diartikan sebagai sebuah cara cepat dan praktis untuk berbagi foto dengan orang lain (Aziz, 2019). Selain digunakan untuk berbagi foto maupun video, Instagram juga dapat dimanfaatkan sebagai media untuk membagikan informasi seputar hubungan sehat. Pengguna media sosial terkhusus pengguna Instagram kini dimudahkan dengan adanya Instagram yang memungkinkan mereka mendapatkan berita (informasi) tanpa perlu membuka portal berita lainnya karena kini informasi dapat tersedia di media sosial Instagram (Fauziyyah & Rina, 2020).

D. Kebutuhan Informasi atas Literasi Hubungan Sehat

Kondisi dimana seseorang mengetahui dan mengakui bahwa ia merasakan adanya kekurangan pengetahuan atau informasi yang ia miliki, kemudian ia mecari jawaban atas ketidaktahuannya untuk memenuhi kebutuhan informasi tersebut dapat disebut sebagai kebutuhan informasi (Musfiyah & Christiani, 2020). Maka secara sederhana kebutuhan informasi adalah momen ketika seseorang mengakui kurangnya pengetahuan yang ia miliki namun ia berusaha mencari jawaban atas kebutuhannya, seperti halnya *followers* @Afeksidn yang mencari pengetahuan dari akun tersebut. Kebutuhan informasi oleh pengguna dapat dilihat dari beberapa pendekatan, dimana kebutuhan informasi dapat ditinjau melalu beberapa pendekatan (Guha; Puspitadewi et al., 2016) yakni:

1. Pendekatan Kebutuhan Mutakhir *(Current Need Approach)*

Pendekatan kebutuhan informasi ini mengharuskan penggunanya yakni *followers* @Afeksidn untuk secara terus menerus berinteraksi dengan sistem informasi atau akun @Afeksidn untuk mendapatkan kebutuhannya yakni informasi terbaru.

2. Pendekatan Kebutuhan Rutin *(Everyday Need Approach)*

Untuk pendekatan yang kedua, jawaban yang tepat dari pengolahan informasi akan mempengaruhi pemenuhan kebutuhan pengguna. Pendekatan ini sendiri memiliki sifat yang spesifik dan cepat untuk memenuhi kebutuhan literasi hubungan sehat yang tepat bagi *followers* @Afeksidn.

3. Pendeketan Kebutuhan Mendalam *(Exhaustive Need Approach)*

Pendekatan ini menjelaskan mengenai ketergantungan *followers* terhadap informasi hubungan sehat memiliki pengaruh yang kuat. Hal ini kemudian membuat penggunanya bergantung kepada informasi yang tepat (spesifik), terperinci atau jelas, dan lengkap.

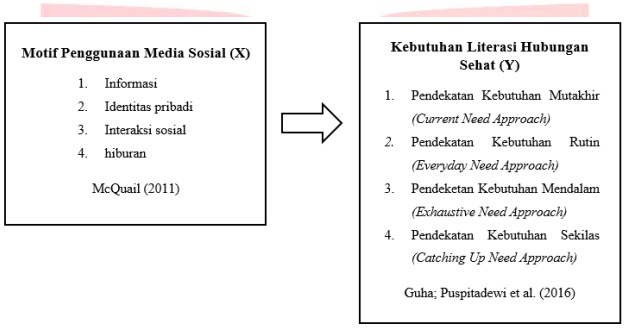
4. Pendekatan Kebutuhan Sekilas *(Catching Up Need Approach)*

Pendekatan kebutuhan sekilas merupakan suatu kebutuhan yang menjelaskan mengenai kebutuhan sekilas pengguna mengenai informasi hubungan sehat, namun informasi tersebut dibutuhkan terperinci.

Literasi merupakan bentuk dari pemenuhan kebutuhan informasi dimana dalam penelitian ini akan membahas mengenai literasi hubungan sehat. Literasi sendiri dapat diartikan sebagai sebuah keterampilan yang melibatkan membaca, menulis, peningkatan kemampuan serta pemahaman dalam hal komunikasi, pemikiran kritis, pengembangan bakat, dan bahkan kontribusi dalam menciptakan masyarakat yang aktif (Pratama et al., 2022). Peneliti melihat bahwa literasi dapat memberikan kecakapan bagi individu, terkhusus dalam penelitian ini adalah kecakapan dalam membangun hubungan sehat melalui literasi hubungan sehat pada *followers* @Afeksidn.

E. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini akan menggunakan motif penggunaan media oleh *followers* @Afeksidn yakni motif informasi, identitas pribadi, interaksi sosial, dan hiburan (McQuail, 2011) sebagai variabel independen atau variabel X. Kebutuhan literasi hubungan sehat yang diadaptasi dari konsep kebutuhan informasi meliputi *Current Need Approach, Everyday Need Approach, Exhaustive Need Approach, dan Catching Up Need Approach* ini akan peneliti gunakan sebagai variabel dependen atau variabel Y (Guha; Puspitadewi et al., 2016). adapun kerangka pemikiran ditampilkan seperti berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
(Data Olah Peneliti, 2023)

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah kumpulan pertanyaan yang kemudian perlu dikaji agar mendapatkan jawaban yang menunjukkan hubungan antar variabelnya (Bandur & Prabowo, 2021: 98). Hipotesis sendiri dibuat dari kumpulan teori, bacaan dari literatur ilmiah, maupun berdasarkan pengalaman atau pengamatan peneliti yang terukur secara statistik. Maka hipotesis dalam penelitian ini akan membantu peneliti dalam membuat jawaban sementara yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H0: Motif pengunaan media sosial Instagram @Afeksidn tidak memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan literasi hubungan sehat *followers*-nya.

H1: Motif pengunaan media sosial Instagram @Afeksidn memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan literasi hubungan sehat *followers*-nya.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini peneliti akan mengkaji mengenai bagaimana hubungan antara motif penggunaan media sosial dapat memenuhi kebutuhan literasi hubungan sehat pada *followers* @Afeksidn dengan metode penelitian kuantitatif yang memiliki sifat objektif dimana pengumpulan datanya berbentuk numerik, kemudian dianalisis menggunakan statistik (Bandur & Prabowo, 2021). Penelitian ini kemudian menggunakan paradigma positivistik sebagai paradigma penelitian karena sifatnya yang objektif. Adapun data mengenai motif penggunaan media sosial @Afeksidn terhadap pemenuhan kebutuhan literasi hubungan sehat pada penelitian ini akan diamati dengan analisis parametik dan dikumpulkan melalui kuesioner *Google Form* yang telah disebarkan kepada responden penelitian yakni *followers* @Afeksidn dengan skala pengukuran menggunakan skala Likert dengan skala 1-4 untuk menghindari pernyataan netral oleh responden (Bandur & Prabowo, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini memiliki dua variabel yakni variabel X yaitu motif penggunaan media, dan variabel Y yakni kebetuhan literasi hubungan sehat *followers* @Afeksidn. Populasi yang akan peneliti teliti untuk penelitian ini adalah *followers* dari akun Instagram @Afeksidn yang berjumlah 1.246 *followers*. Sementara besaran sampel penelitian ditetapkan menggunakan teknik *simple random sampling* karena *followers* akun Instagram

@Afeksidn yang merupakan populasi dalam penelitian ini tidak memiliki strata atau tingkatan. Adapun sampel penelitian ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin (Darwin et al., 2021) dengan batas kesalahan yang dapat ditolerir (d) sebesar 5%. Maka berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (d) sebesar 5%, diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 302,97 atau dibulatkan menjadi 303 orang responden penelitian. Data yan telah diperoleh ini kemudian dijadikan data primer penelitian dan kemudian diolah dengan menggunakan IBM SPSS Statistic 25 untuk menguji hipotesis (t), analisis korelasi *pearson product moment*, uji regresi linear sederhana, hingga uji koefisien determinasi.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan rekapitulasi terhadap variabel motif penggunaan media sosial Instagram @Afeksidn, ditemukan empat motif yang kemudian dijadikan indikator pertanyaan dimana keempat motif tersebut adalah informasi, identitas pribadi, interaksi sosial, dan hiburan. Adapun hasil perhitungan dari tanggapan responden penelitian yakni *followers* @Afeksidn terkait motif penggunaan media (X) memperoleh hasil sebesar 82,67%. Nilai ini kemudian dapat dikategorikan ke dalam rentang interval 81,25% – 100% yang kemudian ditarik kesimpulan bahwa nilai persentase terkait motif penggunaan media dikategorikan sangat tinggi. Berdasarkan tanggapan responden dan nilai persentase yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa keempat motif penggunaan media yakni informasi, identitas pribadi, interaksi sosial, dan hiburan merupakan motif yang mendasari keputusan *followers* dalam menggunakan media sosial Instagram @Afeksidn untuk memenuhi kebutuhannya.

Kemudian berdasarkan rekapitulasi terhadap variabel kebutuhan literasi hubungan sehat, didapatkan empat dimensi variabel yang kemudian dijadikan pertanyaan. Keempat dimensi tersebut adalah *Current Need Approach, Everyday Need Approach, Exhaustive Need Approach,* dan *Catching Up Need Approach.* Adapun hasil perhitungan dari tanggapan responden penelitian yakni *followers* @Afeksidn terkait kebutuhan literasi hubungan sehat memperoleh hasil sebesar 81,92%. Nilai ini termasuk ke dalam rentang interval 81,25% – 100% yang kemudian ditarik kesimpulan bahwa nilai persentase terkait kebutuhan literasi hubungan sehat dikategorikan sangat tinggi. Berdasarkan tanggapan responden dan nilai persentase yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa keempat kebutuhan literasi hubungan sehat yakni *Current Need Approach, Everyday Need Approach, Exhaustive Need Approach,* dan *Catching Up Need Approach* telah terpenuhi dengan digunakannya media sosial Instagram terkhusus pada akun @Afeksidn.

Untuk mengetahui mengenai pengaruh atau hubungan, pengaruh, maupun besaran pengaruh motif penggunaan media sebagai variabel X terhadap kebutuhan literasi hubungan sehat sebagai variabel Y, maka uji korelasi *pearson product moment*, uji hipotesis (*t*), uji regresi linier sederhana, dan uji koefisien determinasi peneliti gunakan dalam penelitian guna mengetahui pengaruh dan besaran pengaruh antar variabelnya. Berdasarkan uji korelasi *pearson product moment* yang ditunjukkan pada gambar 3, diperoleh hasil yakni nilai koefisien korleasi (*r*) sebesar 0,701 dimana nilai ini berada pada rentang interval 0,60 – 0,799 yang artinya terdapat hubungan yang kuat antar variabelnya.

Correlations

		Motif Penggunaan Media	Kebutuhan Literasi Hubungan Sehat
Motif Penggunaan Media	Pearson Correlation	1	.704**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	303	303
Kebutuhan Literasi Hubungan Sehat	Pearson Correlation	.704**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	303	303

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 2. Hasil Uji Korelasi *Pearson Product Moment*
(Hasil Olah Peneliti, 2023)

Selanjutnya dilakukan uji hipotesis (t) untuk memperoleh keputusan untuk menerima ataupun menolak asumsi yang telah dibuat. Adapun hasil uji t yang telah dilakukan melalui IBM SPSS Statitstic 25 ditunjukkan pada gambar di bawah ini:

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	(Constant)	11.537	1.824		6.325	.000		
	Motif Penggunaan Media	.598	.035	.704	17.177	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kebutuhan Literasi Hubungan Sehat

Gambar 3. Hasil Uji Hipotesis
(Hasil Olah Peneliti, 2023)

Berdasarkan uji t ini didapatkan hasil yakni nilai t_{hitung} sebesar 17.177 lebih besar dibandingkan nilai t_{tabel}, yaitu 1.967. Selain itu, signifikasi penelitian bernilai 0,000 yang artinya nilai signifikansi ini lebih kecil dari taraf signifikansi penelitian yakni 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X yakni motif penggunaan media berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y yakni kebutuhan literasi hubungan sehat, oleh karena itu H0 ditolak dan H1 diterima.

Berikutnya dilakukan uji regresi linier sederhana yang bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh yang diberikan motif penggunaan media (X) terhadap kebutuhan literasi hubungan sehat (Y). Berdasarkan hasil olah pada IBM SPSS Statitstic 25, maka hasil uji regresi linier sederhana ditunjukkan pada gambar di bawah ini:

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	(Constant)	11.537	1.824		6.325	.000		
	Motif Penggunaan Media	.598	.035	.704	17.177	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kebutuhan Literasi Hubungan Sehat

Gambar 4. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana
(Hasil Olah Peneliti, 2023)

Berdasarkan uji ini, didapatkan hasil temuan yaitu diperolehnya persamaan Y = 11.537 + 0,598X yang memiliki arti yakni jika motif penggunaan media sebagai variabel X bernilai nol atau tidak adanya pengaruh variabel X yakni motif penggunaan media, maka nilai kebutuhan literasi hubungan sehat memiliki rata-rata nilai sebesar 11.537.

Koefisien determinasi dilakukan untuk menguji terkait seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), dimana dengan dilakukannya pengujian ini dapat menjawab pertanyaan penelitian terkait seberapa besar pengaruh motif penggunaan media sosial @Afeksidn terhadap kebutuhan literasi hubungan sehat *followers*-nya. Adapun nilai koefisien determinasi yang diperoleh dalam penelitian ini berdasarkan hasil olahan data pada IBM SPSS Statitstic 25 ditunjukkan pada gambar di bawah ini:

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704[a]	.495	.493	3.939

a. Predictors: (Constant), Motif Penggunaan Media

b. Dependent Variable: Kebutuhan Literasi Hubungan Sehat

Gambar 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi
(Hasil Olah Peneliti, 2023)

Merujuk gambar 5 di atas, dapat disimpulkan bahwa motif penggunaan media sosial @Afeksidn sebagai variabel independen memberikan pengaruh sebesar 49,1% terhadap kebutuhan literasi hubungan sehat yang merupakan variabel Y penelitian. Sementara sebesar 50,9% sisanya dipengaruhi oleh berbagai faktor atau variabel lainnya yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini.

Hasil penelitian yang peneliti peroleh dalam penelitian ini memiliki pengaruh dengan tinjauan teori *uses and gratification,* dimana pada temuan penelitian didapatkan hasil bahwa motif penggunaan media sosial Instagram

@Afeksidn memiliki pengaruh yang kuat, memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap pemenuhan kebutuhan literasi hubungan sehat *followers* Afeksi.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasannya, penelitian terkait motif penggunaan media sosial Instagram @Afeksidn terhadap kebutuhan literasi hubungan sehat ini memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Merujuk pada hasil perhitungan tanggapan responden, diperoleh nilai persentase untuk variabel X yakni motif penggunaan media sebesar 82,67% yang berada pada kategori sangat tinggi dalam garis kontinum. Temuan yang berada pada kategori tinggi ini menunjukkan bahwa responden yakni *followers* @Afeksidn memiliki motif informasi terkait penggunaan media sosial Instagram @Afeksidn untuk pencarian berita atau mengedukasi diri mengenai hubungan sehat. Lalu responden juga memiliki motif identitas pribadi untuk memperkaya juga memperkuat berbagai nilai pada diri mereka. Responden juga memiliki motif interaksi sosial dimana responden menggunakan media Instagram @Afeksidn untuk tetap terhubung dengan orang lain dengan mendapatkan topik pembicaraan mengenai hubungan sehat. Kemudian responden juga memiliki motif hiburan dimana responden menggunakan akun @Afeksidn untuk mendapatkan konten ringan dan positif, hingga agar dapat menyalurkan emosi. Keempat motif ini adalah motif yang mendasari keputusan *followers* dalam menggunakan media sosial Instagram @Afeksidn untuk memenuhi kebutuhannya.
2. Hasil perhitungan tanggapan responden terkait kebutuhan literasi hubungan sehat sebagai variabel Y, diperoleh nilai persentase sebesar 81,92% yang berada pada garis kontinum dengan rentang 81,25% - 100% dan dapat dikategorikan sangat tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa kebutuhan literasi hubungan sehat terkait *Current Need Approach* dimana *followers* secara terus menerus berinteraksi dengan akun @Afeksidn untuk mendapat informasi yang dibutuhkan telah terpenuhi. Kemudian kebutuhan *Everyday Need Approach* dimana *followers* memerlukan kebutuhan yang berupa informasi hubungan sehat secara rutin telah terpenuhi. Kebutuhan berikutnya yakni *Exhaustive Need Approach* dimana *followers* membutuhkan informasi hubungan sehat yang mendalam juga telah terpenuhi. Lalu pemenuhan kebutuhan terakhir yakni *Catching Up Need Approach* dimana followers memerlukan informasi yang ringkas juga telah terpenuhi. Maka dengan digunakannya media sosial Instagram @Afeksidn keempat kebutuhan literasi hubungan sehat *followers* telah terpenuhi.
3. Berdasarkan hasil perhitungan korelasi *pearson product moment*, diperoleh nilai koefisien korleasi (*r*) sebesar 0,701 yang terletak berada pada rentang interval 0,60 – 0,799. Hal ini dapat diartikan bahwa motif penggunaan media sosial Instagram @Afeksidn memiliki pengaruh yang kuat terhadap pemenuhan kebutuhan literasi hubungan sehat. Pengaruh ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan media sosial Instagram @Afeksidn maka semakin tinggi juga pemenuhan kebutuhan literasi hubungan sehat *followers*-nya.
4. Temuan hasil perhitungan uji t dapat menjawab H1 penelitian yakni motif penggunaan media berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y yakni kebutuhan literasi hubungan sehat, hal ini ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 17.036 lebih besar dibandingkan nilai t_{tabel} yaitu 1.967. Selain itu, perolehan taraf siginifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi penelitian sebesar 0,05 ini juga menunjukkan bahwa motif penggunaan media berpengaruh secara positif terhadap kebutuhan literasi hubungan sehat.
5. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa motif penggunaan media sosial Instagram @Afeksidn memiliki pengaruh sebesar 49,5% terhadap pemenuhan kebutuhan literasi hubungan sehat bagi *followers*-nya. Sedangkan sebesar 50,5% dipengaruhi oleh pengaruh lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Saran Akademis

Saran yang dapat peneliti bagikan dalam rangka untuk menambah pengetahuan dalam bidang akademis yang didasarkan pada hasil penelitian, pembahasan, maupun kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Penelitian ini hanya terbatas pada sudut pandang @Afeksidn sebagai media informasi dan tradisi komunikasi sosiopsikologis. Maka diharapkan penelitian berikutnya dapat meneiliti dengan sudut pandang lain seperti @Afeksidn sebagai komunikator dan tradisi komunikasi lainnya.

b. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam penyebaran kuesioner penelitian, dimana penyebaran hanya dilakukan kepada *followers* atau pengguna Instagram. Oleh karena itu diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan populasi yang lebih luas seperti pengikut pada LinkedIn Afeksi yang memiliki karakteristik berbeda dengan pengikut pada media sosial Instagram. Penelitian dengan responden yang lebih luas juga dapat dilakukan pada mereka yang pernah menggunakan layanan Afeksi tetapi bukan merupakan *followers* @Afeksidn.
c. Penelitian selanjutnya yang akan menggunakan objek penelitian yang sama diharapkan dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda dalam meneliti penelitian, hal ini dilakukan dengan harapan ditemukan hasil lain yang lebih mendalam dan detail mengenai pengaruh motif penggunaan media terhadap pemenuhan kebutuhan penggunanya.

2. Saran Praktis

Saran yang dapat peneliti berikan kepada Afeksi berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan penelitian adalah sebagai berikut:

a. Berdasarkan hasil perhitungan, *followers* @Afeksidn memiliki tingkat kebergantungan informasi pada @Afeksidn yang tinggi, maka diharapkan @Afeksidn dapat lebih aktif, kreatif dalam mengemas pesan yang disampaikan, dan selalu *up to date* sehingga tingkat ketergantungan informasi *followers*-nya dapat terus meningkat dan semakin kuat terkait dengan informasi yang dibagikan oleh @Afeksidn.
b. *Followers* @Afeksidn juga memiliki tingkat keterikatan emosional yang tinggi terkait penyaluran emosi mereka, maka diharapkan @Afeksidn dapat lebih interaktif dan kreatif dalam mengemas konten agar tingkat keterikatan emosi *followers* terhadap @Afeksidn dapat meningkat dan menjadi semakin kuat.
c. @Afeksidn saat ini hanya menggunakan *platform* Instagram dan LinkedIn, maka diharapkan @Afeksidn dapat memanfaatkan *platform* media sosial lainnya seperti Facebook atau Tik Tok untuk berbagi mengenai informasi hubungan sehat yang lebih maksimal.

REFERENSI

Athoillah, M. (2018). *Motif dan Kepuasan Mengakses Instagram nuonline_id Dikalangan Santri Al-Munawwir Krapyak Yogyakarta*.

Aziz, M. S. (2019). Sosial Media Sebagai Sumber Informasi Dan Dakwah Jamaah Majelis Sholawat Albanjari Koordinator Kecamatan Waru. *Wasilatuna: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, *2*(2), 17–32. https://doi.org/10.38073/wasilatuna.v2i2.411

Baiquni, M. M. (2021). Pembangunan Pendidikan Perdamaian Untuk Masyarakat Modern 5.0 Berbasis Kecakapan Literasi Baca-Tulis. *Proceeding International Seminar on Islamic Education and Peace*, *1*, 334–341.

Bandur, A., & Prabowo, H. (2021). *Penelitian Kuantitatif: Metodologi, Desain, dan Analisis Data Dengan SPSS, AMOS, &Nvivo* (Pertama). Penerbit Mitra Wacana Media.

Batoebara, M. U. (2018). *MEMBANGUN TRUST (KEPERCAYAAN) PASANGAN DENGAN MELALUI KOMUNIKASI INTERPERSONAL*. *1*, 430–439.

Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetiyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *METODE PENELITIAN PENDEKATAN KUANTITATIF* (T. S. Tambunan (ed.)). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.

Desfiana, M. F. R., & Karsa, S. I. (2021). Hubungan Penggunaan Instagram Simamaung dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, *1*(1), 23–29. https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i1.66

Fauziyyah, S. N., & Rina, N. (2020). Literasi Media Digital : Efektivitas Akun Instagram @ infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *III*(I), 13–24. http://jurnal-umbuton.ac.id/index.php/Medialog/article/view/479

Jaiz, M., Arofah, D., Sagita, D., & Wahyu W., N. (2022). Motif Penggunaan Media Sosial Clubhouse Di Kalangan Anggota Klub Photographer Indonesia. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, *13*(2), 137. https://doi.org/10.31506/jrk.v13i2.16448

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2008). *Theories of Human Communication.pdf* (J. Perkins (ed.); ninth). Lym Uhl.

Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2021). *Theories of Human Communication* (12th ed.). Waveland Press, Inc.

Majidah, M., & Musslifah, A. R. (2023). Strategi Mengatasi Toxic Relationship Pada Remaja Yang Berpacaran Di SMKN 7 Surakarta Kelas 11. *JPKMI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia*, *3*(2), 221–226. https://doi.org/10.55606/jpkmi.v3i2

McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (6th ed.). Salemba Humanika.

Musfiyah, M., & Christiani, L. (2020). Pemanfaatan Line Today terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro Semarang. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, *4*(4), 425–439. https://doi.org/10.14710/anuva.4.4.425-439

Nugroho, R. A. (2023). *Perselingkuhan PNS Makin Marak, 172 Kasus dalam 3 Tahun*. CNBC Indonesia. https://www.cnbcindonesia.com/news/20230830104501-4-467420/perselingkuhan-pns-makin-marak-172-kasus-dalam-3-tahun

Paramita, N. K. P., & Suarya, L. M. K. S. (2018). *PERAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN EKSPRESI EMOSI TERHADAP KEPUASAN PERKAWINAN PADA PEREMPUAN DI USIA DEWASA MADYA*. *5*(2), 241–253.

Praptiningsih, N. A., & Putra, G. K. (2021). Toxic Relationship Dalam Komunikasi Interpersonal Di Kalangan Remaja. *Communication*, *12*(2), 132. https://doi.org/10.36080/comm.v12i2.1510

Pratama, E. D., Mahardika, D. A., & ... (2022). Peningkatan Literasi dan Kreativitas Siswa Melalui Kegiatan Mading di SDN 2 Binade. *Jurnal Ilmiah Kampus …*, *2*(2), 93–102. https://doi.org/10.56972/jikm.v2i2.43

Prihantoro, E., & Anisah, N. (2022). Komunikasi Interpersonal Penyelesaian Konflik Dan Mempertahankan Komitmen Pada Pasangan Kekasih Yang Sedang Long Distance Relationship (Ldr). *BroadComm*, *4*(2), 63–72. https://doi.org/10.53856/bcomm.v4i2.243

Puspitadewi, I., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2016). Pemanfaatan "Twitter Tmcpoldametro" Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya. *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*, *4*(1), 21. https://doi.org/10.24198/jkip.v4i1.11625

Rayendra, P. (2023). *Kronologi Lengkap Perselingkuhan Syahnaz Sadiqah dan Rendy Kjaernett Dibongkar Lady Nayoan, hingga Akhirnya Speak Up Bareng Jeje Govinda*. Liputan6.Com. https://www.liputan6.com/showbiz/read/5340356/kronologi-lengkap-perselingkuhan-syahnaz-sadiqah-dan-rendy-kjaernett-dibongkar-lady-nayoan-hingga-akhirnya-speak-up-bareng-jeje-govinda?page=2

Rohmah, N. N. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemik Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification). *Al-I'lam; Jurnal Komunikasi DanPenyiaran Islam*, *4*(1), 1–16.

Singh, S., Kumar, M., Rawat, A., Khosla, R., & Mehendale, S. (2020). Social Media and Its Impact on User Behavior -a Methodological and Thematic Review. *Journal of Content, Community and Communication*, *12*, 236–249. https://doi.org/10.31620/JCCC.12.20/22

Syahreza, M. F., & Tanjung, I. S. (2018). Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Unimed. *Jurnal Interaksi*, *2*(1), 61–84.

Utami, R. T., & Desstya, A. (2021). Analisis Cakupan Literasi Sains dalam Buku Siswa Kelas V Tema 4 Karya Ari Subekti di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, *5*(6), 5001–5013. https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i6.1556

Yurindah, Narti, S., & Indria. (2019). MOTIF PENGGUNA MEDIA SOSIAL DALAM MENGUNGGAH INSTAGRAM STORY (Studi Fenomenologi Pada Anggota Sanggar Arastra di Kota Bengkulu). *Jurnal Professional FIS UNIVED*, *6*(2), 1–13.