

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA ONLINE TERHADAP PEMENUHAN
KEBUTUHAN INFORMASI (SURVEI PADA FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM
@MEDANTALK)**

***THE EFFECT OF USING ONLINE MEDIA ON THE FULFILLMENT OF
INFORMATION NEED (SURVEY ON INSTAGRAM ACCOUNT FOLLOWER'S
@MEDANTALK)***

Clarisa Br. Ginting¹, Kharisma Nasionalita²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

clarisaginting@student.telkomuniversity.ac.id¹, knasionalita@telkomuniversity.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan media online terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada *followers* akun instagram @medantalk. Instagram @medantalk merupakan akun media sosial instagram yang menyampaikan berbagai informasi seputar kejadian dan keadaan yang terjadi di kota Medan baik itu mengenai tempat wisata, kuliner, kecelakaan, kriminal dan lain sebagainya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh penggunaan media online terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada *followers* akun instagram @medantalk. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode survei. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *nonprobability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini merupakan *followers* dari akun instagram @medantalk dengan menyebarkan kuesioner secara online sebanyak 100 orang responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis deskriptif, uji normalitas, analisis korelasi, analisis heteroskedastisitas, dan analisis regresi linier sederhana. Untuk pengujian hipotesis dilakukan dengan uji koefisien determinasi dan uji T. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji-t menunjukkan bahwa adanya pengaruh penggunaan media online terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada *followers* akun instagram @medantalk. Hal tersebut dibuktikan dengan t-hitung (9,458) > t-tabel 1,98 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,005$. Berdasarkan perolehan hasil uji koefisien determinasi yang didapat bahwa penggunaan media online memberikan pengaruh sebesar 47,7% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada *followers* akun instagram @medantalk, sedangkan sisanya sebesar 52,3% merupakan kontribusi faktor lain yang tidak diteliti peneliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : penggunaan media online, kebutuhan informasi, instagram @medantalk

ABSTRACT

This study was conducted to determine how the influence of online media to fulfill the information needs of followers of the @medantalk Instagram account. Instagram @medantalk is an Instagram social media account that conveys various information about events and conditions in Medan, whether it is about tourist attractions, culinary, accidents, crimes, etc. This study aims to find out and analyze how the influence of online media usage on meeting the information needs of followers of the @medantalk Instagram account. This study uses quantitative research methods with survey methods. Sampling was done by non-probability sampling technique with purposive sampling type. The population in this study are followers of the @medantalk Instagram account by distributing online questionnaires of 100 respondents. Data analysis techniques are descriptive analysis, normality test, correlation analysis, heteroscedasticity analysis, and simple linear regression analysis. The hypothesis can be made by testing the coefficient of determination and the T-test. Based on the results of hypothesis testing using the t-test, it shows an effect of using online media on meeting the information needs of followers of the @medantalk Instagram account. This is evidenced by t-count (9.458) > t-table 1.98 with a significance level of $0.000 < 0.005$. Based on the coefficient of determination test results, it was found that the use of online media influenced 47.7% on meeting the information needs of followers of the @medantalk

Instagram account. In comparison, the remaining 52.3% was the contribution of other factors not examined by researchers in this study.

Keywords : *online media use, information needs, instagram @medantalk*

1. PENDAHULUAN

Saat ini manusia hidup di masa era digital, masa dimana perubahan teknologi yang semula analog berubah menjadi bentuk digital dikarenakan pesatnya perkembangan teknologi, era dimana penggunaan teknologi dengan mudah dan cepat. Salah satu bukti teknologi berkembang dengan sangat pesat adalah dengan munculnya internet sebagai media baru. Dalam pengaksesan internet, akses utama yang dilakukan masyarakat saat menggunakan internet adalah media sosial. Berdasarkan survei *we are social* pada tahun 2020, saat ini pengguna sosial media Indonesia mencapai 49% dari total populasi di dunia mencapai 3,80 milyar dengan durasi penggunaan selama 3 jam 46 menit. Jumlah angka tersebut menggambarkan masyarakat Indonesia aktif dalam menggunakan media sosial.

Menurut (Nasrullah, 2017:11) media sosial adalah medium internet yang memungkinkan pengguna untuk dapat menunjukkan dirinya maupun untuk saling berinteraksi, bekerjasama, *sharing*, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan dapat membentuk sebuah komunitas sosial secara virtual. Media sosial saat ini tidak hanya dijadikan sebagai media hiburan saja, tetapi juga menawarkan cara yang lebih cepat dan tepat sebagai media pertukaran informasi melalui jaringan online. Tanpa disadari, media sosial yang digunakan sebagai media hiburan dapat menjadi sumber media informasi masyarakat. Salah satu media sosial yang dapat dijadikan media sumber informasi yang saat ini banyak digunakan adalah *Instagram*.

Instagram adalah aplikasi media sosial yang dapat membagikan foto atau video kepada layanan jaringan sosial. *Instagram* diciptakan pada tahun 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Pesatnya perkembangan *Instagram* saat ini tidak hanya menjadikan media sosial tersebut sebagai media hiburan saja, tetapi dapat juga digunakan sebagai media tempat berjualan online dan sampai ke hal yang bermanfaat kepada penggunanya yaitu akun yang memberikan atau menyebarkan informasi berita seputar kotanya. Salah satu akun media sosial *instagram* yang memberikan informasi berita seputar kotanya adalah Kota Medan.

Untuk mengetahui fenomena apa yang terjadi di daerahnya, pastinya masyarakat membutuhkan akun-akun *instagram* resmi dan sumber terpercaya untuk mendapatkan informasi tersebut. Berikut beberapa akun *instagram* yang memberikan informasi seputar kota Medan. Diantaranya adalah @medantalk, @medanku, @beritamedan, @beritakotamedan, @beritasumut. Dari kelima akun tersebut, berfokus mengunggah konten-konten yang sangat beragam seperti bencana alam, promosi, kuliner, tempat wisata dan lain sebagainya yang diunggah dalam bentuk foto ataupun video disertai dengan *caption* untuk menjelaskan isi konten tersebut. Diantara akun-akun tersebut, objek yang menjadi bahan penelitian peneliti untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan media online terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada *followers* akun *instagram* @medantalk.

@medantalk adalah salah satu akun media sosial instagram Kota Medan yang memberikan beragam informasi ataupun berita aktual yang ada di Kota Medan baik dalam bentuk foto ataupun video seperti berita kecelakaan, bencana alam, kemacetan, kebakaran dan lain sebagainya. Selain itu @medantalk tidak hanya memberikan informasi yang informatif saja, akun ini juga sering mempromosikan iklan ataupun diskon, tempat wisata, iklan, kuliner dan lain-lain.

Tabel 1. 1 Data Akun Instagram Informasi Kota Medan

No.	Akun Instagram	Jumlah <i>Followers</i> (Per-tanggal 20 Oktober 2020)	Jumlah <i>postingan</i> per hari
1.	@medantalk	936 ribu <i>followers</i>	15-25 kali <i>postingan</i>
2.	@medanku	122 ribu <i>followers</i>	5-10 kali <i>postingan</i>
3.	@beritamedan	165 ribu <i>followers</i>	1-5 kali <i>postingan</i>
4.	@beritakotamedan	144 ribu <i>followers</i>	5-10 kali <i>postingan</i>
5.	@beritasumut	12.2 ribu <i>followers</i>	1-2 kali <i>postingan</i>

(Sumber: Olahan Penulis, 2021)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas merupakan akun-akun yang serupa yang memberikan informasi apa saja yang terjadi di Kota Medan. Namun dilihat dari jumlah *followers* dan jumlah *postingan* pada kelima akun tersebut, *followers* yang paling tinggi dan memiliki jumlah *postingan* paling banyak yang dilakukan per-harinya adalah akun instagram @medantalk. Adapun penyampaian pesan informasi melalui fitur *caption* yang disampaikan oleh akun instagram @medantalk sangat informatif disertai dengan gambar dan judul disertai dengan pemberian keterangan penjelasan mengenai informasi tersebut melalui fitur *caption*, sehingga memudahkan penggunanya untuk dapat memahami isi pesan informasi yang disampaikan. konten-konten informasi yang disebarakan akun instagram @medantalk tidak hanya berasal dari akun tersebut, dimana @medantalk bekerjasama dengan penggunanya untuk memenuhi kebutuhan informasi *followers*-nya.

Perkembangan media sosial menjadikan media sosial saat ini menjadi media alternatif untuk mendapatkan informasi sesuai dengan kebutuhannya. Salah satunya akun media sosial instagram @medantalk, akun yang paling banyak diikuti oleh pengguna instagram serta akun instagram yang cenderung aktif dalam memberikan informasi dengan cepat dan *up to date* sehingga menjadikan akun tersebut sebagai sarana dalam pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Kota Medan. Dengan demikian, media sosial saat ini tidak hanya berperan sebagai media pemenuhan rasa kepuasan akan hiburan saja, tetapi dengan media sosial juga berperan sebagai media pemuasan akan kebutuhan khalayak akan informasi.

Pada penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification* (penggunaan dan kepuasan). Teori ini merupakan milik Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974. Blumer dan Katz berpendapat bahwa “pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. serta menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya, manusia itu mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Blumer dan Katz percaya bahwa ada banyak alasan khalayak untuk menggunakan media” (Nurudin, 2019 :

192). Teori ini dilatar belakangi oleh adanya kebutuhan manusia yang berbeda-beda yang dipengaruhi oleh latar belakang yang berbeda-beda pula sehingga khalayak diberikan kebebasan dalam memilih media mana yang paling baik untuk digunakan sehingga dapat memuaskan kebutuhannya.

Berdasarkan latar belakang telah dipaparkan diatas, maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap Pengaruh Penggunaan Media Online Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survei pada *Followers* Akun Instagram @medantalk)

1.1 Identifikasi Masalah

Berlandaskan pada latar belakang yang telah dipaparkan diatas, adapun identifikasi masalah yang peneliti angkat dalam penelitian ini adalah “bagaimana pengaruh penggunaan media online terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada *followers* akun instagram @medantalk”

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah “Untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan media online terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada *followers* akun instagram @medantalk”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori *Uses and Gratification*

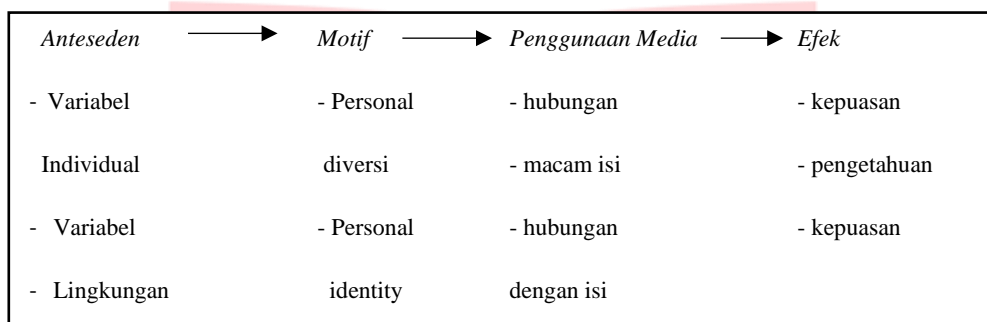
Penelitian ini mengimplementasikan pada teori *uses and gratification* (penggunaan dan kepuasan). Teori ini merupakan milik Herbert Blumer dan Elihu Katz di tahun 1974. Blumer dan Katz berpendapat bahwa seorang pengguna media yang aktif berhak menentukan dan menggunakan media mana saja yang paling baik untuk digunakan dalam memenuhi kebutuhannya (Nurudin, 2019:192). Teori ini dilatar belakangi oleh adanya kebutuhan manusia yang berbeda-beda yang dipengaruhi oleh latar belakang yang berbeda-beda pula sehingga khalayak diberikan kebebasan dalam menentukan media mana saja yang paling baik digunakan untuk dapat memuaskan kebutuhannya.

Katz, Blumler, dan Gurevich (1974) menguraikan lima asumsi dasar pada teori ini (Morissan, 2013: 509) :

- a. Khalayak aktif dan pengguna medianya mempunyai kecenderungan dalam hal mencapai pada tujuan ketika menggunakan media. Adanya kebutuhan dan aktivitas khalayak individu yang berbeda-beda dalam penggunaan media.
- b. Inisiatif yang dihadapkan pada berbagai opsi media yang ditentukan oleh khalayak audiens untuk mencapai kebutuhan khalayak. Dikarenakan pengguna dianggap aktif, maka khalayak inisiatif.

- c. Berbagai macam media saat ini, memunculkan persaingan antara media satu dengan media yang lainnya sebagai sumber alat pemuas kebutuhan.
- d. Timbulnya kesadaran yang penuh terhadap penggunaan media, motif, dan minat seseorang yang memungkinkan dapat merepresentasikan khalayak dalam menggunakan media. Khalayak secara sadar menentukan pilihan pada suatu media yang akan digunakan untuk memuaskan kebutuhannya.
- e. Penting atau tidaknya, bagus atau tidaknya isi dari media tersebut bergantung pada penilaian oleh khalayak sendiri.

Gambar 2.1 Model “Uses and Gratification”



(Sumber : Rakhmat Jalaluddin (2009:66))

Berdasarkan gambar 2.1 merupakan gambaran mengenai model *Uses and Gratification*, setiap khalayak mempunyai sifat dan karakteristik yang berbeda-beda sehingga setiap khalayak juga memiliki motif dan cara tersendiri dalam menggunakan media untuk memenuhi rasa kepuasan akan kebutuhannya. Peneliti menggunakan model teori ini sebagai landasan untuk menemukan bagaimana pengaruh penggunaan media online terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada *followers* akun instagram @medantalk.

2.2 Penggunaan Media

Menurut Rosengren dalam Jalaluddin (2009:66) penggunaan media diorientasikan pada intensitas jumlah waktu dalam menggunakan media, jenis isi media yang digunakan serta hubungan antara individu pengguna media dengan isi media yang dikonsumsi atau penggunaan media secara keseluruhan. Peneliti menggunakan variabel penggunaan media berdasarkan definisi teori oleh Rosengren dalam Jalaluddin (2009:66), penggunaan media diturunkan menjadi sub indikator, yaitu :

1. Intensitas Jumlah Waktu

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, intensitas adalah keadaan tingkatan atau ukuran keintensitasnya. Dalam penggunaan media, intensitas dilihat berdasarkan jumlah waktu pada frekuensi dan durasi dalam mengakses media tersebut. Dilansir oleh Ardianto, Komala, dan Karlinah pada bukunya yang berjudul *Komunikasi Massa* (2009:168), frekuensi dan durasi penggunaan media dilihat pada berapa kali dan berapa lama khalayak dalam mengakses media,

hal tersebut dapat dilihat seperti berapa jam sehari; berapa lama khalayak tersebut bergabung; berapa lama mengakses media tersebut dalam hitungan menit.

2. Isi Media

Isi media yang dimaksud adalah berupa isi informasi ataupun berita yang disampaikan oleh media tersebut kepada khalayak dengan memperhatikan unsur penggunaan bahasa serta kejelasan informasi yang disampaikan (Yunus, 2010:34). Suatu pesan yang hendak disampaikan, media harus mampu meramalkan efek yang akan timbul pada khalayaknya (Effendy, 2003:41). Efek tersebut dapat berupa efek positif ataupun negatif yang dilihat dari apa yang khalayak dapatkan dari informasi yang disampaikan tersebut.

3. Hubungan Individu Pengguna Media dengan Isi Media

Hubungan dilihat adanya efek media yang timbul antara individu pengguna media dengan isi media. Hubungan tersebut dilihat dari isi media yang memiliki nilai pesan yang disampaikan. Dengan adanya nilai tersebut, mampu menarik khalayak dalam menerima pesan sehingga menimbulkan efek media dimana khalayak mendapatkan apa yang mereka butuhkan. (Rakhmat, 2009:66)

2.3 Kebutuhan Informasi

Kebutuhan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Katz, Gurevitch dan Haas mengkategorikan kebutuhan berdasarkan lingkungan sosial masyarakat, salah satunya adalah kebutuhan kognitif yang memiliki keterkaitan dalam hal memperoleh ataupun mendapatkan informasi, pengetahuan, dan pemahaman. Pada dasarnya kebutuhan ini dapat dipenuhi dengan adanya dorongan dalam memahami dan menguasai lingkungan yang ada di sekitar, serta didorong dengan adanya rasa ingin tahu yang begitu besar untuk pencarian informasi (Effendy, 2003: 294)

Menurut Guha (dalam Syaffril, 2004) kebutuhan informasi pengguna dapat dilihat berdasarkan empat pendekatan (Perdana, Rizal, dan Khadijah, 2012) yakni :

1. *Current Need Approach*, pendekatan yang bersifat trendi kepada kebutuhan khalayak informasi. Untuk dapat meningkatkan kebutuhannya, pengguna dan sistem informasi perlu adanya interaksi yang sifatnya terus menerus dengan cara yang sangat umum.
2. *Everyday Need Approach*, pendekatan yang bersifat lebih spesifik dan cepat terhadap kebutuhan pengguna. Informasi yang dibutuhkan oleh khalayak merupakan informasi yang disampaikan berdasarkan kebiasaan rutin yang dijalani oleh khalayak.
3. *Exhaustic Need Approach*, pendekatan yang mendalam terhadap kebutuhan pengguna akan informasi. Pengguna informasi mempunyai keterkaitan yang tinggi terhadap informasi yang dibutuhkan, relevan, spesifik dan lengkap.

4. *Catching-up Need Approach*, pendekatan yang ringkas dan lengkap terhadap pengguna akan informasi perihal perkembangan terakhir suatu subyek yang menjadi suatu kebutuhan bersifat relevan.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif ditujukan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu dengan mengumpulkan data dengan memakai berbagai instrument penelitian, menguji teori yang sudah ada, analisis data berupa angka-angka dan dianalisis secara statistik guna membuktikan suatu hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018:15). Untuk melihat bagaimana pengaruh penggunaan media online terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* pada akun instagram @medantalk, peneliti menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Metode survei digunakan untuk menggeneralisasikan suatu fenomena sosial atau variabel yang ada statistik (Burhan, 2005:44).

3.2 Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan akun instagram @medantalk sebagai objek penelitian dengan jumlah populasi yang dihitung pada tanggal 20 Oktober 2020 sebanyak 936.000 *followers*. Sampel yang peneliti gunakan pada penelitian ini diambil berdasarkan unit populasi yang ada pada *followers* akun instagram @medantalk. Dalam penentuan banyaknya jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus dengan metode slovin yaitu :

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

Berdasarkan perhitungan sampel dengan menggunakan rumus diatas, hasil yang diperoleh sebanyak 99,98. Untuk menghindari kesalahan dalam pengisian kuesioner yang akan disebarkan kepada responden, peneliti membulatkan hasil perhitungan jumlah sampel tersebut menjadi 100 responden. Teknik rancangan pada pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Teknik ini merupakan teknik yang tidak menjadikan semua unit populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sebagai sampel dalam penelitian (Burhan, 2005:119). Pengambilan sampel pada teknik *nonprobability* yang peneliti gunakan adalah *purposive sampling*.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data, penelitian ini menggunakan data primer dengan mendapat data melalui penyebaran kuesioner yang berisikan beberapa pernyataan yang ditujukan kepada 100 responden *followers* akun instagram @medantalk secara *online* dan juga menggunakan data sekunder sebagai data-data pendukung seperti buku, jurnal, dan website terpercaya.

3.4 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis statistik deskriptif dan menggunakan SPSS versi 26 untuk pengolahan data yang datanya diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden. Dimana menurut Sugiyono (2018:226) analisis statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisa suatu data dengan cara mendeskripsikan ataupun menggambarkan data yang sudah terkumpul. Adapun bentuk penyajian data pada analisis ini dapat melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean.

Penelitian ini juga menggunakan Metode Suksesif Interval (MSI) yang dimana metode yang digunakan untuk pengaplikasian dalam proses mengubah data ordinal menjadi data interval sebagai salah satu syarat dalam penelitian kuantitatif statistic dimana data harus bersifat interval.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan bantuan software SPSS versi 26 pada uji *Kolmogorov-smirnov*. Data diketahui terdistribusi normal atau tidaknya dilihat pada tabel nilai signifikan (*Asymp.Sig*) oleh hasil pengolahan SPSS, sehingga diperoleh hasil :

Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas pada SPSS Versi 26

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.89426542
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.059
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.149 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

(Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti pada SPSS versi 26, 2021)

Berlandaskan pada hasil perolehan uji normalitas pada SPSS versi 26 tabel 4.1 diatas, diperoleh nilai signifikan (*Asymp. Sig*) sebesar 0,149. Dimana dalam dasar pengambilan keputusan uji normalitas, data dapat dinyatakan terdistribusi normal jika nilai signifikansi >0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal, dengan diperoleh hasil 0,149 > 0,05.

Uji Korelasi

Untuk mengetahui hubungan korelasi antar variabel tersebut dilihat pada nilai tabel variabel dependent *pearson correlation* pada hasil pengolahan data, sehingga diperoleh hasil :

Tabel 4.2 Hasil Uji Korelasi pada SPSS Versi 26

		Penggunaan Media	Kebutuhan Informasi
Penggunaan Media	Pearson Correlation	1	.670**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kebutuhan Informasi	Pearson Correlation	.670**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

(Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti pada SPSS versi 26, 2021)

Berdasarkan hasil analisis korelasi pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,670. Jika dilihat pada pedoman interpretasi kriteria koefisien korelasi nilai tersebut dikategorikan pada tingkatan hubungan yang kuat dengan skala interval 0,60 – 0,799. Hal ini menjelaskan bahwa hubungan variabel Penggunaan Media (X) mempunyai hubungan korelasi yang kuat terhadap Kebutuhan Informasi (Y).

Analisis Regresi Linear Sederhana

Pengolahan data pada analisis regresi linear sederhana peneliti, juga menggunakan software perangkat lunak SPSS versi 26. Adapun hasil pengolahan analisis yang diperoleh dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.3 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.654	5.619		2.074	.041
	Penggunaan Media	1.132	.120	.691	9.458	.000

a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi

(Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti pada SPSS versi 26, 2021)

Berdasarkan tabel *output* hasil pengujian analisis uji regresi linear sederhana diatas, maka diperoleh model persamaan :

$$Y = 11,654 + 1,132X$$

Sehingga diperoleh persamaan bahwa, nilai konstanta (a) diperoleh angka sebesar 11,654. Hal ini mengartikan bahwa jika variabel X : Penggunaan Media bernilai 0 (nol), maka variabel Y : Pemenuhan Kebutuhan Informasi tetap memiliki nilai rata-rata 11,654. Yang dimana konstanta dalam analisis regresi mengartikan tetap. Nilai koefisien regresi (b) pada Penggunaan Media (X) diperoleh angka sebesar 1,132. Artinya, jika variabel Penggunaan Media meningkat dalam satu satuan, maka Pemenuhan Kebutuhan Informasi akan meningkat sebesar 1,132. Sementara pada nilai arah pengaruh koefisien regresi yang didapat adalah positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa Penggunaan Media memberikan pengaruh positif terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi.

Uji Koefisien Determinasi

Hasil pengujian koefisien determinasi dibantu dengan menggunakan *software* perangkat lunak pada SPSS Versi 26, sehingga diperoleh hasil :

Tabel 4.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi pada SPSS Versi 26

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.691 ^a	.477	.472	7.93444

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media

(Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti pada SPSS versi 26, 2021)

Berlandaskan perolehan analisis data pada tabel uji koefisien determinasi diatas maka nilai koefisien determinasi diperoleh hasil angka sebesar 47,7%. Hal tersebut mendeskripsikan bahwa, kontribusi pengaruh variabel X Penggunaan Media Online pada Akun Instagram @medantalk memiliki nilai sebesar 47,7% terhadap variabel Y Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*nya. Sedangkan sisanya sebesar 52,3% merupakan kontribusi faktor lain yang tidak diteliti peneliti dalam penelitian ini.

Uji-T

Pengujian hipotesis dibuktikan dengan menggunakan *software* perangkat lunak SPSS versi 26 , sehingga diperoleh hasil :

Tabel 4.5 Hasil Uji-T pada SPSS Versi 26

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1	(Constant)	11.654	5.619		2.074	.041
	Penggunaan Media	1.132	.120	.691	9.458	.000

a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi

(Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti pada SPSS versi 26, 2021)

Berlandaskan pada perolehan hasil pengolahan SPSS versi 26 pada Uji T, diperoleh nilai t-hitung pada variabel X Penggunaan Media sebesar 9,458 serta diperolehnya nilai signifikansi sebesar 0,000. Jika menggunakan taraf signifikansi (α) dengan nilai 5%, $df = 100 - 2 = 98$, maka diperoleh nilai pada t-tabel sebesar 1,98. Sehingga berdasarkan hasil t-hitung dan t-tabel yang telah ditentukan, diperoleh hasil t-hitung (9,458) lebih besar dari t-tabel 1,98. Jika dilihat berdasarkan kriteria penerimaan ataupun penolakan pengujian hipotesis, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapatnya pengaruh antara penggunaan media online terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada *followers* akun instagram @medantalk.

Analisis Deskriptif pada Variabel X “Penggunaan Media”

Dalam penelitian ini, faktor yang menjadi pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi adalah penggunaan media. Terdapat 3 (tiga) dimensi yang digunakan pada variabel X “Penggunaan Media” yaitu: Intensitas Jumlah Waktu, Isi Media, dan Hubungan Antar Individu Pengguna Media dengan Isi Media. Dari ketiga dimensi tersebut, sebanyak 13 item pernyataan yang diajukan kepada responden. Sehingga jumlah skor total yang diperoleh pada variabel X adalah bernilai 4165 dari jumlah total skor ideal secara keseluruhan 5200. Sehingga total persentase yang didapatkan adalah 80,09%. Dengan demikian penilaian jawaban responden pada variabel X : “Penggunaan Media “ termasuk kedalam kategori tinggi.

Analisis Deskriptif pada Variabel Y “Kebutuhan Informasi”

Dalam penelitian ini, yang menjadi faktor dipengaruhi oleh penggunaan media adalah kebutuhan informasi. Terdapat 4 (empat) dimensi yang digunakan pada variabel Y “Kebutuhan Informasi”, yaitu *Current Need Approach*, *Everyday Need Approach*, *Exhaustic Need Approach*, dan *Catching-up Need Approach*. Dari keempat dimensi tersebut, sebanyak 18 item pernyataan yang diajukan kepada responden. Sehingga jumlah skor total yang diperoleh pada variabel Y adalah bernilai 5436 dari jumlah total skor ideal secara keseluruhan 7200. Sehingga total persentase yang didapatkan adalah 75,5%. Dengan demikian penilaian jawaban responden pada variabel Y : “Kebutuhan Informasi “ termasuk kedalam kategori tinggi.

Pengaruh Penggunaan Media Online Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survei pada *Followers* Akun Instagram @medantalk)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan dideskripsikan, diketahui bahwa adanya pengaruh penggunaan media online *platform* akun instagram @medantalk terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*, sesuai dengan hipotesis (H_a) diterima. Dalam teori *uses and gratification*, Blumer dan Katz mengatakan bahwa khalayak menunjukkan peran aktifnya sebagai pengguna media dalam memilih dan menggunakan media apa saja yang

menurut mereka paling baik untuk digunakan sebagai alat pemenuhan kebutuhannya, termasuk pada pemenuhan kebutuhan informasi. Informasi yang didapat diperoleh dari membaca melalui media yang mereka gunakan. Sebagai khalayak aktif, dalam memenuhi kebutuhan informasinya, pengguna tidak begitu saja menerima informasi yang mereka peroleh, melainkan pengguna dituntut aktif dalam menyaring dari setiap informasi yang didapat. Dari 100 jumlah responden yang telah dijadikan sampel dalam penelitian ini, penggunaan media online *platform* akun instagram @medantalk memiliki nilai pengaruh sebesar 47,7% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*nya. Besarnya nilai tersebut menjadikan penggunaan media online pada akun instagram @medantalk sebagai alat pemenuhan kebutuhan informasi yang paling baik di berbagai akun serupa media sosial instagram lainnya. Hal tersebut dapat dilihat bahwa penggunaan media online pada *platform* akun instagram @medantalk merupakan efek media yang memiliki pengaruh tinggi kepada *followers*nya sebagai alat pemenuhan kebutuhan informasi. Semakin tinggi tingkat penggunaan media maka semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi yang dibutuhkan khalayaknya.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data, hasil penelitian, serta analisis data yang telah dilakukan peneliti tentang Pengaruh Penggunaan Media Online Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survei pada *Followers* Akun Instagram @medantalk), maka diperolehnya kesimpulan untuk menjawab identifikasi masalah yang telah ditentukan dalam penelitian ini :

Adanya pengaruh positif antar penggunaan media pada *platform* akun instagram @medantalk (X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* (Y). Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil pengujian pada uji-T. Dimana diperoleh hasil t-hitung (9,458) lebih besar dari t-tabel 1,98. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh antara penggunaan media online pada *platform* akun instagram @medantalk terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Hubungan antara variabel penggunaan media (X) dan variabel kebutuhan informasi (Y) mempunyai hubungan yang kuat dengan nilai koefisien korelasi 0,670 berada pada skala interval 0,60 – 0,799 yang artinya kuat. Dilihat berdasarkan hasil perhitungan pada uji koefisien determinasi, besarnya nilai pengaruh yang diberikan penggunaan media online pada *platform* akun instagram @medantalk terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* sebesar 47,7%, sedangkan sisanya sebesar 52,3% merupakan kontribusi faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti dalam penelitian ini.

REFERENSI

- Alyusi, Shiefti Dyah. (2016). *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Ardianto, E., Komala, Lukiati. & Karlinah, S. (2009). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Sembiosa Rekatama Media.

- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Mediakita.
- Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Mahyuddin. (2019). *Sosiologi Komunikasi (Dinamika Relasi Sosial di dalam Era Virtualitas)*. Makassar: Sofhia – CV. Loe
- McQuail, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Massa: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. (2019). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Vera, Nawiroh. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Yunus, Syarifudin. (2012). *Jurnalistik Terapan*. Bogor: Ghalia Indoensia.
- Yusuf, A. Muri. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Monanda, R., & Nurjanah, N. (2017). *Pengaruh Media Sosial Instagram@ Awkarin Terhadap Gaya Hidup Hedonis Di kalangan Followers Remaja*. Diambil dari <https://www.neliti.com/publications/183339/pengaruh-media-sosial-instagram-awkarin-terhadap-gaya-hidup-hedonis-di-kalangan>, (Diakses pada: 2 Desember 2020, Pukul: 10:10)
- Perdana, C., R., G., Rizal, E., Khadijah, U., L., S. (2012). Hubungan Twitter Jatinangorku dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Daerah Jatinangor bagi Followers. Diambil dari : <http://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/1247/pdf> (Diakses pada : 19 November 2020, Pukul 20.49)
- <https://wearesocial.com/digital-2020> , diakses pada 14 Oktober 2020, pukul 18.20
- <https://www.instagram.com/medantalk/?hl=id>