

Abstrak

Di era digital masyarakat terus mencari informasi dan bagaimana kebutuhan informasi mereka dapat terpenuhi. Era digital memberikan berbagai kemudahan bagi penggunanya, seperti media sosial yang memungkinkan individu berkomunikasi dengan cara yang tidak terbayangkan sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan Aplikasi Clubhouse terhadap pemenuhan kebutuhan informasi film terhadap Komunitas Clubhouse Indonesia. Penelitian ini menggunakan Komponen 4C oleh Chris Heuer dan empat kategori prediksi kebutuhan informasi oleh Guha. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden melalui media online yang ditentukan melalui nonprobability sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota komunitas Clubhouse Indonesia. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Anggota komunitas Clubhouse Indonesia adalah sampel peneliti untuk penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Aplikasi Clubhouse (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kebutuhan Informasi (Y). Berdasarkan hasil koefisien determinasi diperoleh hasil bahwa Komunitas Clubhouse Indonesia memberikan kontribusi 51,2% terhadap kebutuhan informasi film, dan sisanya 48,8% merupakan kontribusi pengaruh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Komunikasi, Aplikasi Clubhouse, Kebutuhan Informasi, Film

Abstract

In the digital era people are constantly looking for information and how their needs of information can be fulfilled. The digital era provides various conveniences for its users, such as social media which allows individuals to communicate in ways that were previously unimaginable. This research was aimed to find out how big is the influence of using Clubhouse Application on fulfilling information needs of movies towards Clubhouse Indonesia Community. This research used 4C Components by Chris Heuer and four categories of predicted information needs by Guha. This research uses quantitative method by distributing questionnaires to 100 respondents through online media determined through nonprobability sampling. The population in this study is the member of Clubhouse Indonesia community. The analytical technique used in this research are descriptive analysis and simple linear regression analysis. The member of Clubhouse Indonesia community was the researcher's sample for this study. The results of this study shows that the Clubhouse Application (X) has a positive and significant effect on the Information Needs (Y). Based on the results of the coefficient of determination, the results obtained that Clubhouse Indonesia Community contributed 51.2% to the film's information needs of the member, and the remaining 48.8% is the contribution of the influence of other variables not examined in this study.

Keywords: *Communication, Clubhouse, Information Needs, Movies*