

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan informasi sangat dibutuhkan oleh publik sehingga informasi tersebut disalurkan melalui media sosial dengan satu tujuan komunikasi yang efektif dan flexible (Ni'matul Rohmah, 2020). Oleh karena itu komunikasi yang efektif dan flexible memerlukan adanya pengelolaan informasi sehingga dapat disajikan berupa data yang relevan (Lestari, 2016). Untuk menyajikan data maka diperlukan adanya peranan teknologi informasi (Nurhayati, 2018). Berdasarkan penjelasan di atas maka kebutuhan informasi itu dapat memberikan komunikasi yang efektif sehingga publik menerima data yang relevan dan terpercaya. Informasi berupa data yang didapatkan oleh masyarakat itu menjadi kebutuhan informasi. Efektivitas tersebarnya informasi tersebut disebabkan adanya peranan teknologi informasi. Kebutuhan informasi sering kali muncul dari dorongan yang kuat untuk memperoleh harga diri, kredibilitas, dan kepercayaan dari orang-orang di sekitar informan (Damaiyanti & Fatmawati, 2019). Individu cenderung mencari informasi yang relevan untuk mendukung pemahaman mereka tentang suatu topik, sehingga mereka dapat berbicara atau bertindak dengan keyakinan dan otoritas yang lebih besar. Ini tidak hanya berlaku dalam konteks profesional di mana keahlian dan pengetahuan yang kuat memainkan peran penting, tetapi juga dalam interaksi sosial sehari-hari di mana memiliki informasi yang benar dan dapat diandalkan dapat membantu membangun hubungan yang kuat dan saling percaya. Dalam hal ini, kebutuhan informasi menjadi pendorong yang mendasari tindakan individu untuk mencari, memahami, dan memberikan pengetahuan yang dapat mendukung citra diri mereka dan mendapatkan pengakuan dari rekan-rekan mereka.

Pemenuhan kebutuhan informasi telah menjadi esensial dalam lingkungan informasi yang semakin terhubung dan dinamis. Dalam konteks ini, faktor-faktor seperti keakuratan berita, kejelasan informasi, dan relevansi dengan kebutuhan individu memainkan peran penting dalam menentukan efektivitas komunikasi.

Keakuratan berita memastikan bahwa informasi yang diterima oleh individu tepat dan dapat dipercaya, sedangkan kejelasan berita membantu individu untuk memahami informasi tersebut dengan baik (Fauziyyah & Rina, 2020). Penentuan data dan informasi adalah langkah yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan informasi. proses ini melibatkan identifikasi dan pengumpulan data yang relevan untuk memenuhi tujuan tertentu. Memastikan bahwa data yang dikumpulkan akurat, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan informasi adalah kunci untuk memastikan bahwa informasi yang dihasilkan akan memberikan nilai yang optimal dan dapat mendukung pengambilan keputusan yang baik (Darudiato, 2010). Berdasarkan penjelasan di atas maka proses penentuan data dan informasi memainkan peran krusial dalam menyediakan landasan yang kuat untuk memenuhi kebutuhan informasi individu atau organisasi.

Kebutuhan informasi didukung oleh fasilitas sistem informasi pada institusi. Oleh karena itu sistem informasi telah menjadi salah satu wadah utama yang mempermudah akses terhadap informasi sesuai dengan kebutuhan individu. Dengan kemajuan teknologi dan internet, sumber daya informasi yang luas dapat diakses dengan cepat dan efisien (Erwina, 2016). Penggunaan sistem informasi sangat memudahkan kita dalam mencari dan menemukan informasi yang kita butuhkan. Selain itu, sistem informasi juga memungkinkan kita untuk menyaring hasil pencarian sehingga kita dapat menemukan informasi yang paling relevan dengan kebutuhan kita (Salsabil & Arfa, 2019). Dengan demikian, sistem informasi telah mengubah cara kita menjalani kehidupan sehari-hari, baik dalam pekerjaan maupun dalam kehidupan sosial.

Sistem informasi yang digunakan pada kebutuhan informasi memerlukan adanya data yang akurat. Penentuan data dalam informasi merupakan tahap kritis dalam memenuhi kebutuhan informasi (Darudiato, 2010). Proses ini memastikan bahwa data yang dipilih dan digunakan untuk pembuatan informasi adalah relevan, akurat, dan sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Dalam era digital yang dipenuhi dengan banjir informasi, kemampuan untuk memilih data yang relevan menjadi semakin vital, sehingga informasi yang dihasilkan dapat memberikan nilai yang signifikan bagi pengguna. Kesalahan atau ketidakcermatan dalam menentukan data

dapat mengakibatkan informasi yang salah atau tidak berguna, sehingga menekankan pentingnya proses penentuan data sebagai fondasi yang kuat dalam pengambilan keputusan dan pengembangan wawasan. Salah satu saluran komunikasi yang memberikan data berupa kebutuhan informasi adalah media sosial.

Daya tarik pesan memiliki peran penting dalam membentuk karakteristik komunikasi merek yang dapat mempengaruhi customer engagement di media sosial, seperti yang ditemukan oleh (Nurman dan Ali, 2022). Sebagaimana diungkapkan oleh (Faurizal, 2019) daya tarik pesan bukan hanya sekadar elemen tambahan, melainkan cerminan dari karakter atau tema keseluruhan dari isi pesan. Dengan kata lain, daya tarik pesan tidak hanya mempengaruhi tingkat interaksi pengguna, tetapi juga menjadi penentu esensi dan identitas komunikasi merek yang disampaikan melalui media sosial. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam terhadap daya tarik pesan menjadi kunci dalam merancang strategi komunikasi merek yang dapat meraih keterlibatan yang optimal dari audiens di era digital ini.

Dalam sebuah pesan daya tarik merupakan pernyataan persuasif yang dapat diarahkan pada logika maupun emosi, menghasilkan efek sikap, dan memicu respon perilaku di antara audiens target, seperti yang dikemukakan oleh (Kulkarni, 2020). Saat pesan disampaikan melalui media sosial, aspek-aspek seperti kelengkapan, fleksibilitas relevansi, ketepatan waktu argumen, kualitas, dan kredibilitas sumber perlu diperhatikan dengan cermat. Pendekatan ini tidak hanya memastikan pesan memiliki dampak positif pada kepuasan audiens, tetapi juga menjamin bahwa pesan tersebut mampu mencapai tujuan persuasifnya dengan efektif, sesuai dengan pemahaman yang ditekankan oleh (Dwivedi, 2021). Dengan memperhatikan elemen- elemen tersebut, pesan di media sosial dapat lebih berhasil dalam meraih perhatian, membangkitkan minat, dan memicu respons yang diinginkan dari audiens.

Daya tarik pesan bukan hanya sekadar elemen dalam komunikasi, melainkan juga representasi dari manfaat atau nilai yang dijanjikan kepada audiens, sebagaimana diungkapkan oleh (Zimand Sheiner, 2021). Dalam konteks strategi kreatif perkontenan, daya tarik pesan memegang peranan sentral sebagai

penghubung antara merek dengan keinginan audiens. Isyarat verbal dan visual yang disajikan dalam konten mencerminkan manfaat yang ingin diterima oleh audiens. Pendekatan ini menjadikan daya tarik pesan sebagai elemen kunci dalam merancang pesan merek yang mampu membujuk audiens, seperti yang dijelaskan oleh (Cyr, 2018) dan (Kusumasondjaja, 2018). daya tarik pesan tidak hanya berfungsi sebagai pengikat antara merek dan audiens, tetapi juga sebagai instrumen penting untuk mencapai kesuksesan dalam menyampaikan pesan yang persuasif dan relevan melalui konten-konten yang disajikan.

Pengelolaan konten di platform media sosial Instagram memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga komunikasi yang efektif dan memfasilitasi interaksi antara pengguna (Mahmudah & Rahayu, 2020). Dengan merancang dan menulis konten yang menarik, kreatif, dan relevan, akun-akun Instagram dapat mempertahankan daya tarik mereka dan tetap terhubung dengan audiens mereka. Dalam dunia yang penuh persaingan ini, konten yang baik dapat membedakan suatu akun dari yang lain, sehingga menjaga ketertiban dan pertumbuhan pengikut. Dengan cara ini, pengelolaan konten Instagram bukan hanya sekedar posting gambar atau video, tetapi juga strategi yang melibatkan pemahaman akan minat pengguna dan kebijakan perusahaan, membantu membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan komunitas pengguna media sosial. Pembuatan konten media sosial membutuhkan keterampilan yang mendalam agar pesan atau informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan baik dan memikat audiens (Primagara, 2022). Dengan adanya banyak informasi yang bersaing untuk perhatian pengguna, kemampuan untuk merancang konten yang menarik dan efektif adalah suatu keharusan. Hal ini mencakup pemahaman tentang tata letak visual yang efisien, penulisan yang menarik, serta pemilihan kata-kata yang tepat. Seiring dengan perkembangan dunia digital, keterampilan dalam penggunaan alat dan teknik kreatif seperti grafis, video editing, dan penggunaan algoritma media sosial juga menjadi kunci dalam mencapai tujuan komunikasi yang sukses di era digital ini. Dengan keterampilan yang mumpuni, para pembuat konten dapat menciptakan pesan yang kuat dan efektif yang akan mendukung pencapaian tujuan mereka dalam berkomunikasi melalui media sosial.

Pengelolaan konten media sosial harus selalu berfokus pada kualitas agar informasi yang dibuat dapat diterima dengan baik oleh pengguna (Maharani, 2023). Dalam era digital yang penuh dengan informasi, kualitas konten akan menjadi penentu yang membedakan antara konten yang diabaikan dan konten yang disukai, dibagikan, dan diingat oleh pengguna. Dengan demikian, penting untuk selalu menjaga standar kualitas dalam pengelolaan konten media sosial

Dalam era informasi yang semakin maju, mahasiswa sebagai bagian penting dari populasi akademik menjadi rentan terhadap beragam pesan yang disampaikan melalui berbagai media, tidak terkecuali media sosial. Mahasiswa memiliki kebutuhan informasi yang beragam, terutama terkait dengan pembelajaran, penelitian, karier, dan kehidupan pribadi. Namun, pengaruh daya tarik pesan terhadap kebutuhan informasi mahasiswa belum sepenuhnya dipahami secara mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana daya tarik pesan, baik dari segi konten maupun presentasi, memengaruhi kebutuhan informasi mahasiswa. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara daya tarik pesan dan kebutuhan informasi mahasiswa, dapat dihasilkan rekomendasi yang lebih efektif dalam menyusun pesan-pesan yang dapat memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa secara optimal.

Mahasiswa adalah salah satu kelompok yang paling aktif menggunakan media sosial. Konten yang diproduksi di platform-platform tersebut memiliki potensi besar untuk mempengaruhi persepsi, preferensi, dan perilaku mahasiswa. Namun, belum ada pemahaman yang memadai tentang bagaimana daya tarik pesan dalam konten tersebut memengaruhi kebutuhan informasi mereka. Dalam lingkungan akademik dan profesional, mahasiswa membutuhkan informasi yang relevan untuk mendukung pembelajaran dan pengembangan karir mereka. Namun, tanpa pemahaman yang mendalam tentang bagaimana daya tarik pesan mempengaruhi cara mereka menanggapi dan menyerap informasi, upaya untuk menyediakan konten yang sesuai mungkin tidak efektif. Selain itu, mahasiswa sering kali terpapar dengan banjir informasi dari berbagai sumber, termasuk media sosial, internet, dan lingkungan akademik. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana daya tarik pesan dapat mempengaruhi prioritas mereka

dalam mencari informasi yang relevan dan bermanfaat. Penelitian tentang pengaruh daya tarik pesan dapat membantu institusi pendidikan dan organisasi lainnya untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif. Dengan memahami preferensi dan respon mahasiswa terhadap pesan-pesan tertentu, mereka dapat menyampaikan informasi dengan cara yang lebih menarik dan efisien.

Salah satu akun media sosial yang menjadi wadah untuk berbagi informasi adalah *username* @ditmawa_univtelkom. Akun Instagram ini merupakan akun resmi Direktorat Kemahasiswaan Telkom University (ditmawa_univtelkom). Dalam akun tersebut berisikan tentang segala informasi seputar program-program kampus atau acara kampus, beasiswa, dan layanan yang ditawarkan kepada mahasiswa. Pengguna Instagram akan mudah mengakses akun ini dengan cepat. Berikut adalah gambaran akun Instagram @ditmawa_univtelkom.



Gambar 1. 1 Akun Instagram @ditmawa_univtelkom

(sumber: https://instagram.com/ditmawa_univtelkom, diakses 18 Oktober 2023,pukul 12.50 WIB)

Pada akun @ditmawa_univtelkom di instagram menampilkan konten berisi pesan mengenai informasi mengenai kampus telkom university. Selain itu @ditmawa_univtelkom juga menampilkan video menarik seputar kegiatan yang

dilakukan mahasiswa telkom university. konten dapat diambil dari mahasiswa yang sedang mengikuti kegiatan di kampus. konten yang di posting selanjutnya akan dikemas dengan desain dan teks atau tulisan di dalam *frame* serta diberikan backsound didalamnya, dan menggunakan fitur-fitur yang ada di platform instagram. sehingga, instagram @ditmawa_univtelkom mengemas informasi secara menarik dan informatif yang dapat memiliki ciri khas tersendiri dalam menyampaikan informasi kepada audiens dengan tepat dan dapat dimengerti serta paham informasi yang disampaikan secara detail.

Penulis memilih instagram @ditmawa_univtelkom menjadi objek penelitian adalah karena akun instagram @ditmawa_univtelkom banyak mengunggah konten seperti kegiatan - kegiatan kampus, beasiswa, kompetisi dan lain sebagainya, yang mana konten tersebut banyak dibutuhkan oleh mahasiswa telkom university sehingga mahasiswa telkom university dapat menggunakan akun @ditmawa_univtelkom sebagai salah satu akun penyebaran informasi akademik dan kemahasiswaan.

Dengan penjelasan diatas, penulis berniat untuk membuat penelitian yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Pesan Instagram Direktorat Kemahasiswaan Telkom University terhadap Kebutuhan Informasi Mahasiswa”.

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, peneliti mengidentifikasi lebih lanjut masalah yang akan diteliti yaitu :

1. Seberapa kuat hubungan daya tarik pesan yang diberikan melalui akun sosial media instagram direktorat kemahasiswaan terhadap kebutuhan informasi mahasiswa Telkom University?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian yang terkait dengan Pengaruh Daya Tarik Pesan Instagram Direktorat Kemahasiswaan Telkom University terhadap Kebutuhan Informasi Mahasiswa Telkom University adalah untuk :

1. Untuk mengetahui seberapa tinggi daya tarik pesan media sosial yang di sajikan akun instagram Direktorat Kemahasiswaan Telkom University memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa telkom

university.

2. Untuk mengetahui seberapa tinggi kebutuhan informasi yang disajikan akun Instagram Direktorat Kemahasiswaan Telkom University dalam menyajikan pesan terkait dengan berbagai aspek kehidupan akademik, sosial, organisasi.
3. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik pesan media sosial Instagram Direktorat Kemahasiswaan Telkom University terhadap kebutuhan informasi mahasiswa Telkom University

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan melengkapi khazanah keilmuan di bidang ilmu komunikasi, khususnya yang terkait dengan daya tarik pesan dan kebutuhan informasi. Selain itu, beberapa temuan yang terungkap dalam penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan rujukan bagi peneliti selanjutnya.

1.4.2 Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu bahan masukan bagi Direktorat Kemahasiswaan Telkom University terutama untuk mengembangkan strategi dalam merancang pesan yang disampaikan agar memiliki daya tarik yang lebih tinggi sehingga dapat digunakan sebagai informasi yang relevan bagi penggunanya.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu dan periode rencana dalam pelaksanaan penelitian ini dijelaskan menggunakan tabel seperti berikut.

Tabel 1. 1 Waktu dan Periode Penelitian

NO.	Kegiatan	2023			2024								
		10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	

1	Menentukan topik dan judul penelitian												
2	Penyusunan proposal bab I, II, III												
3	Desk Evaluation												
4	Penyusunan bab IV, V												
5	Pendaftaran sidang skripsi												

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berperan sebagai pengantar yang menjelaskan urgensi dan daya tarik penelitian, termasuk penjelasan mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini merupakan komponen dari landasan teori, mencakup ulasan literatur, penelitian sebelumnya, dan kerangka berfikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini merinci metode penelitian, melibatkan informasi mengenai waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini membahas temuan dan analisis hasil penelitian, mencakup gambaran umum lokasi penelitian, hasil analisis data penelitian, dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini menyajikan kesimpulan dari temuan penelitian beserta saran-saran yang diperlukan untuk meningkatkan penelitian selanjutnya.