

PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PENGIKUT AKUN @ISJ11JATENG

Arini Fahma Qonaati

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Surabaya
arini.17041184070@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Instagram merupakan salah satu media dapat memenuhi kebutuhan informasi dalam kehidupan manusia, tidak terkecuali Indonesia Scout Journalist Jawa Tengah. Komunitas tersebut aktif mempublikasikan berita kepramukaan melalui akun instagramnya yaitu @isj11jateng. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besar pengaruh pemenuhan kebutuhan informasi melalui @isj11jateng terhadap kepuasan pengikutnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel yang digunakan berjumlah 150 responden dengan menggunakan *Purposive Sampling*. Responden merupakan anggota Gerakan Pramuka yang mengikuti perkembangan instagram @isj11jateng. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner melalui *direct message* kepada pengikut akun tersebut. Dengan menggunakan teknik analisis data analisis regresi linier sederhana dapat diketahui bahwa pemenuhan kebutuhan informasi berpengaruh terhadap kepuasan pengikut akun @isj11jateng sebesar 60.6%, sedangkan sisanya yaitu 39,4% merupakan kontribusi variabel lain. Hasil penelitian ini mampu memberikan pandangan mengenai besarnya pengaruh pemenuhan kebutuhan informasi melalui media sosial instagram terhadap kepuasan yang diinginkan oleh para pengikut, khususnya pada akun @isj11jateng. Sehingga diharapkan bagi pengelola akun untuk mempertahankan unggahan yang informative, karena faktanya hal tersebut sangat berpengaruh pada kepuasan pengikut akun tersebut.

Kata Kunci: Instagram, Indonesia Scout Journalist, kebutuhan informasi, penggunaan dan kepuasan.

Abstract

Instagram is one of the media that can meet information needs in human life, including Indonesia Scout Journalist Central Java. The community actively publishes scouting news through its Instagram account, namely @isj11jateng. This study aims to determine the effect of fulfilling information needs through @isj11jateng on followers' satisfaction. This study uses a quantitative approach with a survey method. The sample used is 150 respondents using purposive sampling. Respondents are members of the Scout Movement who follow the development of Instagram @isj11jateng. The collection of data by distributing questioner via direct message to the followers of the account. By using a simple linear regression analysis data analysis technique, it can be seen that the fulfillment of information needs affects the satisfaction of followers of the @isj11jateng account by 60.6%, while the remaining 39.4% is the contribution of other variables. The results of this study can provide an insight into the magnitude of the influence of meeting information needs through Instagram social media on the satisfaction desired by followers, especially on the @isj11jateng account. So it is expected for account administrator to maintain informative uploads since this greatly affects the satisfaction of followers of the account..

Key Word: Instagram, Indonesia Scout Journalist, Information Needs, Usage and Satisfaction.

PENDAHULUAN

Media sosial memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan komunikasi dan informasi. Waktu yang efektif dan biaya yang ekonomis menjadi alasan banyak orang menggunakan media social dan mulai mengesampingkan media konvensional seperti televisi, radio, koran dan majalah. Instagram adalah salah satu media social yang banyak digunakan di era keterbukaan informasi seperti sekarang ini. Dilansir dari databoks.katadata.co.id, menurut survei literasi digital Katadata *Insight Center* (KIC) bersama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menunjukkan bahwa terdapat 76% dari 1.670 responden

yang berasal dari seluruh provinsi yang ada di Indonesia menggunakan media sosial dengan alasan utama untuk mencari informasi .

Informasi dalam media sosial instagram dikemas dalam bentuk yang bervariasi, meliputi foto/gambar, video, maupun infografis. Menurut Pittman, pesan atau informasi apabila disampaikan melalui gambar yang jelas akan lebih berdampak pada audiens sebagai pembaca dari pada informasi berbasis teks (Pittman & Reich, 2015). Komposisi visual yang dituangkan dalam sebuah infografis meliputi gambar, ilustrasi, jenis *font* maupun warna yang digunakan juga dapat menarik pembaca untuk

dapat dengan mudah memahami informasi atau berita yang disampaikan (Sukardani & Setianingrum, 2019). Pada umumnya informasi tersebut dilengkapi dengan keterangan sederhana yang menjelaskan gambar maupun video yang diunggah. Menurut Hee-Min Lee, informasi yang mudah untuk dipahami lebih bermanfaat bagi pengguna dari pada informasi yang membutuhkan literasi dan pemahaman yang mendalam (Hee-Min et al., 2021).

Tampilan menu yang sederhana juga memudahkan pengguna dalam mengoperasikan media sosial ini. Sehingga tidak heran jika jumlah pengguna Instagram semakin meningkat setiap harinya. Dilansir dari detik.com, menurut laporan terbaru dari *We Are Social*, perusahaan asal Inggris yang bekerja sama dengan Hootsuite, kini mencapai 61,8% penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial. Keberadaan yang semakin berkembang tersebut menyebar ke seluruh lapisan masyarakat. Tidak hanya pengguna individu, sekelompok organisasi, perusahaan maupun komunitas juga memanfaatkan media ini untuk komunikasi. Salah satunya Komunitas Indonesia Scout Journalist (ISJ) Jawa Tengah. Komunitas ini membuat akun instagram @isj11jateng sebagai media publikasi informasi tentang kepramukaan di Jawa Tengah. Menurut Russman, dalam sebuah kelompok atau organisasi, media sosial instagram digunakan untuk menyebarkan informasi (Uta & Jakob, 2016).

Berdasarkan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 63 Tahun 2014, menunjukkan bahwa kegiatan kepramukaan harus diikuti oleh seluruh pelajar di Indonesia pada saat menempuh pendidikan di Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, dan Sekolah Menengah Atas atau yang sederajat. Namun jika dilihat kondisi sekarang, minat terhadap kegiatan kepramukaan sangat menurun. Banyak orang yang memandang kegiatan pramuka dengan sebelah mata. Tidak sedikit yang menganggap bahwa pramuka bukanlah kegiatan penting yang harus diikuti. Ditambah dengan munculnya berita mengenai siswa Sekolah Menengah Pertama yang meninggal ketika susur sungai pada saat kegiatan pramuka, semakin banyak asumsi negatif dari masyarakat terhadap kepramukaan.

Dilansir dari Kompas.com, pada 21 Februari 2020 terdapat empat siswa SMPN 1 Turi dikabarkan meninggal dunia ketika mengikuti kegiatan kepramukaan yaitu susur sungai di wilayah *outbond* Valley Sempor Dukuh, Kecamatan Turi, Sleman (Kusuma, 2020). Sehingga minat terhadap kegiatan kepramukaan semakin menurun. Hal tersebut berbanding terbalik dengan peraturan yang ada. Oleh karena itu, pengetahuan tentang kegiatan ataupun semua hal yang berkaitan dengan kepramukaan perlu dipublikasikan, salah satunya melalui jurnalistik kepramukaan. Karena jika ditinjau lebih mendalam lagi, banyak pengetahuan dan pendidikan karakter yang diajarkan dalam kepramukaan. Dengan adanya media sosial yang semakin canggih, Komunitas *Indonesia Scout*

Journalist (ISJ) Jawa Tengah ini mengkomunikasikan berita tentang kepramukaan dengan mudah dan cepat melalui akun instagramnya yaitu @isj11jateng.

Komunikasi melalui media merupakan salah satu bentuk upaya untuk memenuhi kebutuhan informasi. Krikelas mengungkapkan bahwa kebutuhan informasi akan muncul ketika pengetahuan yang dimiliki oleh individu kurang dari yang dibutuhkannya (Krikelas, 1983). Menurut Andiny, instagram merupakan media yang efektif untuk memenuhi kebutuhan informasi (Andiny et al., 2018).

Teori *uses and gratification* menyatakan bahwa pada dasarnya terdapat motivasi tertentu ketika seseorang memilih untuk menggunakan sebuah media, salah satunya yaitu untuk memenuhi kebutuhan informasi (KATZ et al., 1973). Sedangkan menurut Halen, penggunaan media sosial berpengaruh pada pemenuhan kebutuhan informasi (Helen, 2018). Seperti halnya pengikut akun Instagram @isj11jateng, tentunya mereka mengikuti akun Instagram tersebut karena adanya keinginan tertentu ketika mengakses akun media sosial tersebut, baik untuk memenuhi kebutuhan informasi atau yang lainnya. Terdapat harapan-harapan dari media yang dipilih untuk mendapatkan kepuasan setelah mengkonsumsi media tersebut. Ketika kebutuhannya terpenuhi, maka individu akan mencari lagi media itu untuk memuaskan kebutuhannya.

Mc Guire mengungkapkan bahwa terdapat 16 motif yang dimiliki setiap individu dalam hubungannya dengan gratifikasi media (McGuire, 1974). Manusia dipandang sebagai makhluk sosial yang dihadapkan dengan berbagai macam konflik. Konflik tersebut disebabkan karena perbedaan kepercayaan yang diyakini individu tersebut.

Jika individu tersebut seorang pramuka, contohnya seperti “kegiatan kepramukaan adalah kegiatan yang tidak menarik, karena hanya tepuk-tepuk, menyanyi, dan baris berbaris” dan “kegiatan kepramukaan adalah kegiatan yang menarik dan menyenangkan, karena banyak permainan yang menantang dan aktivitas kegiatan dilakukan di alam bebas”. Konflik tersebut akan memunculkan rasa resah dalam diri individu, sehingga terdorong untuk mendamaikan perbedaan tersebut. Individu akan mencari jalan keluar untuk menyelesaikan konflik yang dihadapinya. Jalan keluar tersebut dapat diperoleh dengan rasionalitas atau dengan melemahkan salah satu kepercayaan yang menyebabkan konflik tersebut.

Dalam hal ini, komunikasi massa mempunyai peran yang berpotensi untuk menyampaikan pengetahuan dan informasi sehingga dapat mempengaruhi psikologi individu tersebut. Media dapat menyajikan berbagai rasionalisasi, justifikasi maupun pemecahan persoalan yang lain melalui informasi yang disampaikan. Namun individu sebagai pengguna media juga memiliki kebebasan untuk memilih media apa yang ingin dipakai,

dan isi media atau unggahan seperti apa yang ingin dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya.

Namun jika melihat keadaan sekarang, terdapat banyak media yang variatif sehingga informasi sangat mudah didapatkan. Kemajuan teknologi yang ada justru mengakibatkan individu menerima tekanan informasi yang berlebihan. Tetapi banyaknya informasi tersebut tidak dapat menjamin bahwa semua informasi memiliki kualitas dan kredibilitas yang dapat dipertanggungjawabkan. Sedangkan individu tentunya membutuhkan informasi yang berkualitas dan dapat dipercaya kebenarannya. Oleh karena itu, individu memilih media yang digunakan dengan selektif, baik dari segi isi informasi maupun kenyamanan dalam menggunakan media tersebut.

Penelitian ini akan memberikan pandangan tentang seberapa besar pengaruh pemenuhan kebutuhan informasi melalui media sosial instagram terhadap tingkat kepuasan pengikut akun @isj11jateng. Sehingga selanjutnya bisa dijadikan sebagai bahan acuan pertimbangan bagi Komunitas ISJ Jawa Tengah dalam mengelola akun instagram agar dapat memberikan kepuasan kepada pengikutnya dengan baik.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dari penelitian ini adalah pengikut akun instagram @isj11jateng yang merupakan anggota Gerakan Pramuka. Sejumlah 150 responden diperoleh dengan menggunakan tehnik *purposive sampling*. Kuisisioner disebarluaskan secara online kepada pengikut akun instagram @isj11jateng melalui *direct message*. Sedangkan untuk melakukan uji hipotesis, peneliti menggunakan analisis uji regresi linier sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengikut akun Instagram @isj11jateng yang merupakan anggota Gerakan Pramuka. Sumber data diperoleh melalui penyebaran kuisisioner pada tanggal 8-24 Juni 2021. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Karakteristik responden merupakan gambaran mengenai keadaan diri atau profil responden yang menjadi sampel dalam penelitian. Peneliti juga dapat mengetahui latar belakang atau alasan responden mengikuti akun @isj11jateng. Berikut adalah karakteristik responden:

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-laki	78	52%
2.	Perempuan	72	48%
Total		150	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2021.

Responden dalam penelitian ini berjumlah 150 orang dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 78 orang dan perempuan sebanyak 72 orang. Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu laki-laki dengan Persentase 52% sedangkan responden perempuan sebanyak 48%. Perbedaan angka yang diperoleh tidak menunjukkan perbandingan yang signifikan. Karena pada dasarnya, setiap individu membutuhkan informasi untuk memenuhi rasa keingintahuannya yang menjadi sifat dasar manusia tanpa membedakan laki-laki atau perempuan.

2. Berdasarkan Usia

Tabel 2. Usia Responden

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1.	13 – 17	18	12%
2.	18 – 24	119	79,33%
3.	25 – 34	11	7,33%
4.	35 - 44	2	1,33%
Total		150	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2021.

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden dari kategori 18 - 24 tahun berjumlah 119 responden dengan persentase 79,33%. Dilansir dari kompas.com, hasil data yang dipaparkan oleh Napoleon.Cat bahwa mayoritas pengguna instagram dari kalangan usia produktif atau dari golongan milenial yaitu rentang usia 18 - 24 tahun. Karena pada usia tersebut, secara pengetahuan dan kemampuan sangat mahir dalam mengoperasikan gawai. Rasa ingin tahu yang tinggi juga mendorongnya untuk mengeksplor lebih luas dan mendalam tentang segala hal yang ingin diketahuinya. Mereka juga merupakan generasi yang komunikatif dari sudut pandang emosionalnya, dan sangat interaktif antara satu dengan yang lain untuk membangun relasi yang lebih luas.

3. Berdasarkan Status

Tabel 3. Status Responden

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1.	Pelajar/ Mahasiswa	131	87%
2.	Lainnya	19	13%
Total		150	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2021.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini yang berstatus sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 131 orang dengan persentase 87%. Sedangkan sisanya sebanyak 13% atau 19 orang lainnya berstatus sebagai pekerja seperti guru, perawat dan wiraswasta. Mengacu dari data tersebut, terlihat bahwa kelompok pelajar/mahasiswa mendominasi responden dalam survey ini. Karena kegiatan kepramukaan merupakan kegiatan ekstrakurikuler yang wajib diikuti oleh pelajar, mendorong mereka untuk mengulas lebih dalam mengenai informasi tentang

kepramukaan. Mahasiswa sebagai generasi kritis yang aktif dalam berkegiatan tentunya ingin selalu *update* berita terbaru tentang kegiatan yang disukainya, salah satunya kepramukaan.

4. Berdasarkan Golongan Tingkatan Kepramukaan

Tabel 4. Tingkat Golongan Responden

No.	Golongan	Frekuensi	Persentase
1.	Penggalang	7	4,67%
2.	Penegak	43	28,67%
3.	Pandega	86	57,33%
4.	Pembina	13	8,67 %
5.	Pelatih	1	0,67%
Total		150	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2021.

Karakteristik responden dalam penelitian ini jika dikelompokkan berdasarkan golongan tingkatan dalam kepramukaan, mayoritas responden berasal dari golongan pandega sebanyak 58,67% atau 88 orang, sedangkan sisanya berjumlah 62 orang berasal dari golongan penggalang, penegak, pembina dan pelatih. Sebagai anggota muda yang memasuki usia anggota dewasa, ide kreatif dan inovatif selalu dibebankan pada golongan pandega. Maka dari itu, pandega membutuhkan banyak informasi yang lebih *up to date*, salah satunya bisa didapatkan melalui media sosial instagram, khususnya akun @isj11jateng.

5. Berdasarkan Rentang Waktu Mengikuti

Tabel 5. Rentang Waktu Mengikuti

No.	Rentang Waktu	Frekuensi	Persentase
1.	Kurang dari satu tahun	50	33,33%
2.	1-2 tahun	77	51,33%
3.	3-4 tahun	23	15,33%
Total		150	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2021.

Karakteristik responden dalam penelitian ini jika dikelompokkan berdasarkan rentang waktu mengikuti akun @isj11jateng yaitu sebanyak 50 responden dengan persentase 33,33% menjadi pengikut akun @isj11jateng selama kurang dari satu tahun, sebanyak 77 responden dengan persentase 51,33% mengikuti selama satu hingga dua tahun, dan sisanya sebanyak 23 responden dengan persentase 15,33% mengikuti selama tiga hingga empat tahun. Berdasarkan jumlah tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mengikuti akun @isj11jateng selama satu hingga dua tahun yaitu sebanyak 77 orang atau 51,33% dari keseluruhan jumlah responden. Angka tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mengikuti akun @isj11jateng selama satu hingga dua tahun.

6. Berdasarkan Alasan Mengikuti @isj11jateng

Tabel 6. Alasan Responden Mengikuti @isj11jateng

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
-----	---------------	-----------	------------

1.	Mendapatkan informasi terbaru tentang kepramukaan	87	58%
2.	Menjalin relasi	11	7,33%
3.	Mengisi waktu luang	26	17,33%
4.	Sebagai hiburan	18	12%
5.	Alasan lainnya	8	5,33%
Total		150	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2021.

Berdasarkan pemaparan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas mereka mengikuti akun tersebut karena ingin mendapatkan informasi tentang kepramukaan sebanyak 87 responden atau 58% dari seluruh jumlah responden. Dilansir dari databoks.katadata.co.id, menurut survei literasi digital Katadata *Insight Center* (KIC) yang bekerjasama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menunjukkan bahwa 76% dari 1.670 responden yang berasal dari 34 provinsi di Indonesia menggunakan media social untuk mencari informasi. Hal tersebut menunjukkan kesesuaian dengan hasil survei yang dilakukan oleh peneliti bahwa mayoritas responden menggunakan instagram dan mengikuti akun @isj11jateng memiliki alasan yaitu untuk mencari informasi terbaru tentang kepramukaan.

7. Berdasarkan Sumber Mengetahui @isj11jateng

Tabel.7 Sumber Responden Mengetahui Akun

No.	Sumber	Frekuensi	Persentase
1.	Internet/Media sosial	74	49,33%
2.	Teman/Kerabat	70	46,67%
3.	Lainnya	6	4%
Total		150	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2021.

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden mengetahui akun @isj11jateng dari internet/media sosial sebanyak 74 responden atau 49,33% dari seluruh jumlah responden. sesuai dengan paparan yang dilansir dari kompas.com, mayoritas penduduk Indonesia menggunakan internet. Pada awal tahun 2021 mencapai 73,7% dari total jumlah seluruh penduduk di Indonesia adalah pengguna internet. Internet sebagai bentuk inovasi canggih dalam dunia komunikasi memberikan banyak manfaat positif bagi penggunaannya. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan kemudahan dan cara baru untuk melakukan aktivitas manusia (Ngafifi, 2014). Di era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat seperti sekarang ini, internet membantu pekerjaan manusia lebih efektif dan efisien.

B. Deskripsi Hasil Variabel

Tabel 8. Deskripsi Hasil Variabel X

No.	Dimensi	Mean	Rank
-----	---------	------	------

1.	Subjek informasi	3,40	2
2.	Fungsi informasi	3,34	4
3.	Bentuk informasi	3,33	5
4.	Kesadaran akan informasi	3,38	3
5.	Sudut pandang informasi	3,28	7
6.	Kuantitas informasi	3,24	8
7.	Kualitas informasi	3,43	1
8.	Ke-up to date-an informasi	3,30	6

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2021.

Berdasarkan tabel tersebut terlihat bahwa nilai *mean* pada dimensi kualitas informasi merupakan nilai *mean* yang paling tinggi dari pada dimensi yang lainnya. Pada dimensi ini, indikator yang dijadikan acuan oleh peneliti yaitu mengenai kejelasan sumber informasi yang disampaikan dalam unggahan akun @isj11jateng. Salah satu ciri informasi yang berkualitas adalah akurat (McLeod & Becker, 1974). Informasi yang akurat merupakan informasi yang dapat mendeskripsikan keadaan atau kejadian yang sesuai dengan peristiwa yang terjadi dan informasi yang disampaikan dapat dipertanggungjawabkan. Sehingga informasi yang disampaikan sesuai dengan realita yang terjadi

Tabel 9. Deskripsi Hasil Variabel X

No.	Dimensi	Mean	Rank
1.	Informasi	3,32	2
2.	Identitas pribadi	3,33	1
3.	Integrasi dan interaksi sosial	3,28	4
4.	Hiburan	3,30	3

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2021.

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui nilai maksimum terletak pada dimensi identitas pribadi. Identitas diri merupakan proses membentuk ciri khusus pada diri individu yang tidak sama dengan orang lain pada umumnya atau unik dengan memiliki peran penting dalam kehidupannya (Papalia et al., 2008). Setiap individu memiliki berbagai macam upaya untuk membentuk identitas pribadinya. Salah satunya yaitu melalui media social instagram. media sosial ini tidak hanya berguna untuk mendapatkan informasi maupun menambah pengetahuan saja, namun juga memiliki beberapa fungsi lain, salah satunya yaitu untuk membentuk karakter dalam diri seorang individu.

Responden sebagai anggota Gerakan Pramuka menilai bahwa dengan adanya akun instagram @isj11jateng mereka dapat membangun identitas pribadi dalam dirinya. Media social ini dijadikan sebagai medium untuk meningkatkan pemahaman tentang identitas diri penggunaannya. Untuk menilai karakter, jati diri dan sikap pribadi yang melekat pada seseorang individu tentunya membutuhkan pihak lain. Entah sebagai pembanding atau sebagai kacamata untuk menilai. Akun instagram @isj11jateng merupakan salah satu medium yang dapat dijadikan sebagai kacamata sehingga akhirnya dapat menilai siapa, apa, dan bagaimana pribadi responden sebagai pengikutnya. Dengan melihat unggahan yang

dibagikan akun tersebut, pengikut dapat menemukan identitas pribadinya.

C. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh variabel pemenuhan kebutuhan informasi (variabel X) terhadap kepuasan pengikut akun @isj11jateng (variabel Y). Berikut adalah hasil uji regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS 22:

Tabel 12. Model Summary Uji Regresi Linier Sederhana

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.779 ^a	.606	.604	2.87050

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2021.

Tabel di atas menunjukkan besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu 0,779. Hal tersebut memiliki makna bahwa terdapat hubungan antara variabel pemenuhan kebutuhan informasi dengan variabel kepuasan yaitu sebesar 0,779. Dari hasil penghitungan yang dilakukan, diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,606. Angka tersebut menunjukkan bahwa pengaruh yang disumbangkan variabel pemenuhan kebutuhan informasi terhadap variabel kepuasan sebesar 60.6%.

Tabel 13. Tabel Anova Uji Regresi Linier Sederhana

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1877.847	1	1877.847	227.900	.000 ^b
	Residual	1219.486	148	8.240		
	Total	3097.333	149			

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2021.

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 227.9 dan memiliki nilai signifikansi 0,00 yang artinya kurang dari 0,05. Maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel kepuasan pengikut. Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat pengaruh variabel pemenuhan kebutuhan informasi terhadap variabel kepuasan.

Tabel 14. Tabel Koefisien Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.972	2.679		2.229	.027
	Pemenuhan Kebutuhan Informasi	.464	.031	.779	15.096	.000

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2021.

Pada tabel di atas, diketahui nilai Constant (a) sebesar 5,972, sedangkan nilai Kepuasan (b/koefisien regresi) sebesar 0,464. Sehingga bentuk model persamaan regresinya yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + Bx$$

$$Y = 5,972 + 0,464X$$

Persamaan regresi tersebut dapat diterjemahkan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 5,972 ,artinya nilai konsisten variabel kepuasan sebesar 5,972.
- Koefisien regresi X (variabel pemenuhan kebutuhan informasi) sebesar 0,464, mengandung pengertian bahwa jika terdapat pertambahan 1% nilai pemenuhan kebutuhan informasi maka nilai kepuasan bertambah sebesar 0,464. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X (pemenuhan kebutuhan informasi) terhadap Y (kepuasan) adalah positif.

Berdasarkan tabel 15, diketahui nilai signifikansi sebesar 0,00. Angka tersebut menunjukkan nilai kurang dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pemenuhan kebutuhan informasi berpengaruh terhadap variabel kepuasan. Jika didasarkan pada nilai t, diketahui nilai t_{hitung} sebesar 15,096. Sedangkan nilai t_{tabel} dalam penelitian ini yaitu:

$$\begin{aligned} t_{tabel} &= (\alpha/2 : n-k-1) \\ &= (0,05/2 : 150 - 1 - 1) \\ &= (0,025 : 148) \\ &= 1,976 \text{ (berdasarkan distribusi nilai } t_{tabel}) \end{aligned}$$

Dari hasil penghitungan tersebut maka t_{hitung} 15,096 > t_{tabel} 1,976. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pemenuhan kebutuhan informasi berpengaruh variabel kepuasan.

D. Pembahasan

Penelitian ini menggunakan dasar Teori Uses and Gratification. Dari paparan Katz dalam teori tersebut diungkapkan bahwa setiap individu yang mengonsumsi media dalam upaya memenuhi kebutuhan informasi, pada dasarnya dalam diri individu tersebut terdapat motivasi dan keinginan yang diharapkan (E Katz et al., 1974). Berdasarkan survei yang dilakukan peneliti, responden dalam penelitian ini mayoritas mengikuti akun @isj11jateng untuk mendapatkan informasi tentang kepramukaan. Nicholas memiliki gagasan bahwa terdapat delapan kategori yang digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan informasi. Kategori-kategori tersebut digunakan sebagai dasar untuk mengevaluasi tingkat efektivitas dan kesesuaian sebuah informasi yang diberikan dengan apa yang dibutuhkan (Nicholas & Huntington, 2000). Peneliti menggunakan delapan kategori tersebut sebagai dimensi pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi yang menjadi acuan dalam pembuatan instrument penelitian. Dimensi-dimensi tersebut yaitu subjek informasi, fungsi informasi, bentuk informasi, kesadaran akan informasi, sudut pandang informasi, kuantitas informasi, kualitas informasi, dan kebaruan informasi.

Salah satu ciri informasi yang berkualitas adalah akurat (McLeod & Becker, 1974). Informasi yang akurat

merupakan informasi yang dapat mendeskripsikan keadaan atau kejadian sesuai dengan realita dan informasi yang disampaikan dapat dipertanggungjawabkan. Mengacu pada hasil survei, diketahui nilai dimensi kualitas informasi memiliki nilai paling tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden sebagai pengikut akun @isj11jateng memiliki anggapan bahwa informasi yang diunggah memiliki nilai kualitas yang tinggi. Akun @isj11jateng sering mengunggah ulang atau biasa disebut dengan *repost* dari unggahan orang lain. Oleh sebab itu, untuk menunjang keakuratan dari informasi yang diunggah, pengelola akun tersebut selalu mencantumkan sumber informasi yang dibagikan. Selain sebagai bentuk apresiasi kepada penulis aslinya dan untuk menghindari tindakan plagiasi, mencantumkan sumber informasi juga dinilai penting oleh pembaca untuk memastikan bahwa isi informasi terpercaya dan dapat dipertanggungjawabkan.

Sistem *repost* juga merupakan salah satu alternatif untuk menjaga kebaruan informasi. Pengelola akun tidak perlu untuk melakukan liputan kembali ke tempat kejadian atau kegiatan berlangsung. Cukup dengan mengunggah ulang informasi yang telah dibuat, sehingga informasi yang dipublikasikan oleh akun @isj11jateng akan selalu *up-to-date*. Karena informasi memiliki masa yang relatif singkat. Tidak menutup kemungkinan jika informasi yang diterbitkan hari ini, keesokan harinya atau lusa akan dianggap basi. Tinggal bagaimana penyedia informasi akan mengikuti perputaran informasi yang baru atau bertahan dengan informasi yang lama. Kecepatan dan keakuratan informasi sangat dibutuhkan untuk direalisasikan di era kemajuan teknologi seperti sekarang ini, karena individu cenderung terbiasa mendapatkan apa yang diinginkan secara cepat, termasuk dalam menerima informasi (Setianingrum et al., 2020). Responden sebagai pengikut akun @isj11jateng memiliki harapan untuk mendapatkan informasi yang terbaru karena keinginannya selalu mengetahui keadaan atau kegiatan terbaru yang terjadi di sekitar.

Sudut pandang informasi merupakan titik fokus pesan yang disampaikan kepada pembaca. Satu topik informasi dapat disampaikan menjadi beberapa unggahan dengan sudut pandang yang berbeda. Setiap satu unggahan informasi tentunya akan mengandung pesan informasi yang berbeda walaupun dengan topik yang sama. Biasanya penulis berita atau informasi akan memilih satu sudut pandang informasi yang paling menarik dan belum pernah dipublikasikan untuk disampaikan kepada audiens. Namun jika mampu mengemas dengan menarik, setiap sudut pandang dapat dibagikan kepada audiens untuk dijadikan suatu berita atau informasi. Sehingga akan semakin banyak informasi dan pengetahuan yang diterima oleh pengikut sebagai audiens secara lebih lengkap, detail dan mendalam.

Teori Penggunaan dan Kepuasan memandang bahwa pengikut akun @isj11jateng merupakan khalayak aktif yang menentukan sendiri dan memilih media social

instagram untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Oleh sebab itu, terdapat harapan dari media social instagram yang digunakan untuk mendapatkan kepuasan dalam memenuhi kebutuhannya. Hal tersebut relevan dengan *Gratification Obtained* dalam teori penggunaan dan kepuasan. *Gratification Obtained* merupakan sebuah nilai kepuasan yang diperoleh audien sebagai pengguna media yang telah dipilihnya. Mc.Quail memiliki gagasan bahwa kepuasan dapat dicapai berdasarkan empat motif kebutuhan yang menjadi alasan mengapa audiens menggunakan media (McQuail, 1984). Empat motif tersebut dijadikan acuan oleh peneliti dalam membuat instrument dalam penelitian ini, yaitu motif informasi, identitas pribadi, interaksi dan integrasi sosial, serta hiburan.

Beberapa foto yang diunggah, akun @isj11jateng juga memberikan motifasi kepada pengikut dalam bentuk ucapan selamat atas prestasi yang diraih oleh anggota Gerakan Pramuka. Hal tersebut merupakan bentuk dorongan untuk menumbuhkan motifasi yang tinggi dalam diri pengikut. Dalam hal ini, selain memberikan semangat kepada anggota yang berprestasi, unggahan tersebut juga dapat menjadi motivasi kepada pengikutnya untuk bangga sebagai anggota Gerakan Pramuka Jawa Tengah. Sehingga terdorong untuk selalu bersemangat dalam mengikuti kegiatan kepramukaan. Semangat yang tinggi akan memicu perilaku kebiasaan individu tersebut sehingga memiliki suatu keahlian yang mampu menjadi ciri khusus pada pribadi individu tersebut sebagai identitas personalnya.

Foto maupun video yang diunggah, merupakan kegiatan yang dilaksanakan di tempat yang berbeda-beda. Hal tersebut tentunya akan memberikan gambaran adat dan budaya yang berbeda. Sehingga pengikut dapat menyatukan perbedaan tersebut untuk menyempurnakan kebijakan yang ada ditempatnya. Sedangkan interaksi sosial ditunjukkan dengan adanya hubungan yang terjalin antara pengelola akun dengan pengikut maupun satu pengikut dengan pengikut yang lain. Banyak fitur yang disediakan aplikasi instagram yang dapat digunakan, salah satunya melalui kolom komentar. Dengan adanya fitur tersebut, pengikut sebagai pembaca informasi dapat menanggapi unggahan dan menuangkan gagasan terhadap unggahan tersebut melalui kolom komentar. Pengelola akun juga dapat membalas komentar tersebut, sehingga interaksi dapat terjalin antara keduanya. Walaupun dengan tanggapan atau komentar ringan, namun apabila dilakukan secara terus menerus, hal tersebut dapat membangun komunikasi yang baik.

Tidak hanya sebagai media komunikasi untuk bertukar informasi, media juga dapat digunakan sebagai hiburan untuk melepas penat penggunaannya dari rutinitas pekerjaan yang dilakukan. Sebenarnya setiap unggahan di *feed* instagram maupun *instastory*, masing-masing memiliki nilai hiburan, jika pembaca menjadikannya sebagai penghibur hatinya. Salah satu contohnya yaitu

pada unggahan video dokumentasi kegiatan yang sudah lama dilaksanakan. Karena kondisi pandemi seperti sekarang ini, sehingga kegiatan kepramukaan tidak dapat dilakukan secara tatap muka seperti keadaan normal. Untuk menghibur pengikutnya sebagai pegiat pramuka yang merindukan kegiatan tatap muka atau luring, akun @isj11jateng berinisiatif mengunggah video dokumentasi kegiatan tersebut.

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian di atas, dapat memberikan gambaran tentang besar pengaruh pemenuhan kebutuhan informasi melalui instagram terhadap kepuasan pengikut akun @isj11jateng. Sehingga dapat dijadikan tolok ukur untuk mengevaluasi unggahan yang telah dipublikasikan serta sebagai acuan dalam pengelolaan akun tersebut untuk menjadi lebih baik.

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan informasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengikut akun instagram @isj11jateng. Dibuktikan dengan adanya pengaruh positif yang signifikan antara variabel pemenuhan kebutuhan informasi terhadap kepuasan pengikut akun @isj11jateng. Hal ini relevan dengan pernyataan Mc.Quail bahwa motif penggunaan media salah satunya yaitu motif informasi (McQuail, 1984). Oleh karena itu tujuan atau motif yang diinginkan akan berpengaruh terhadap ukuran kepuasan yang didapatkan. Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa variabel pemenuhan kebutuhan informasi secara simultan berpengaruh terhadap variabel kepuasan sebesar 60,6%. Sedangkan sisanya sebanyak 39,4%, kepuasan pengikut akun @isj11jateng dipengaruhi oleh variabel yang lain. Mengacu pada hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa pengaruh pemenuhan kebutuhan informasi melalui media sosial instagram terhadap kepuasan pengikut akun @isj11jateng tergolong tinggi. Namun ada juga pengaruh variabel lain yang juga perlu diungkap. Oleh sebab itu, diharapkan bagi pengelola akun untuk mempertahankan unggahan yang informatif, karena faktanya hal tersebut sangat berpengaruh pada tingkat kepuasan pengikutnya. Sesuai dengan hasil survei peneliti yang menunjukkan bahwa mayoritas pengikut akun @isj11jateng mengikuti akun tersebut bertujuan untuk mencari informasi. Sehingga penting bagi pengelola untuk memberikan unggahan yang informatif untuk memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya.

Saran

Saran yang diberikan oleh peneliti berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diantaranya adalah:

1. Bagi Pengelola Akun Instagram

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pemenuhan kebutuhan informasi sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengikut akun @isj11jateng. Oleh

sebab itu saran untuk pengelola akun @isj11jateng yaitu supaya mempertahankan unggahan yang informatif. Semakin banyak informasi yang dipublikasikan juga dapat menarik pengguna instagram khususnya yang berstatus sebagai anggota Gerakan Pramuka untuk mengikuti akun @isj11jateng. Sehingga akhirnya juga dapat mewujudkan misi Komunitas Indonesia Scout Journalist Jawa Tengah sebagai pengelola akun untuk mengkampanyekan jurnalistik kepramukaan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya berfokus pada pengaruh pemenuhan informasi terhadap kepuasan, sehingga peneliti memiliki harapan kepada peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian untuk mengetahui faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pengguna instagram sebagai media komunikasi yang semakin banyak digunakan di era sekarang ini. Penelitian ini menggunakan sampel terbatas pada pengikut akun @isj11jateng yang berstatus sebagai anggota Gerakan Pramuka, sehingga disarankan untuk menggunakan sampel seluruh pengikut akun yang diteliti atau dalam skala yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, B. (2012). *Instagram handbook*. Media Kita.
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. *Communication Research*, 3, 3–21.
- Baron, S. I., & Davis, D. K. (1995). *Mass communication theory. Foundation, Fervent*.
- Belkin, N. (1980). Anomalous states of knowledge as a basis for information retrieval. *Canadian Journal of Information Science*, 5, 133–143.
- Dijk, J. Van. (2013). Inequalities in the network society. In *In Digital sociology*. Palgrave Macmillan.
- E Katz, Blumler, J., & Gurevitch, M. (1974). Uses and gratification theory. *Public Opinion Quarterly*, 37.
- Ghozali, I. (2009). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*.
- Gillin, P. (2007). *The new influencers: A marketer's guide to the new social media*. Linden Publishing.
- Guha, B. (2004). *Documentation and Information*. World Press.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2010). Multivariate data analysis: A global perspective. *Pearson Upper Saddle River*.
- Klapper, B. (1963). Water relations of *Dicranum scoparium*. *Bryologist*, 41–54.
- Krikelas, J. (1983). Information-seeking behavior: Patterns and concepts. *Drexel Library Quarterly*, 19, 5–20.
- Lasswell, H. (1948). The structure and function of communication in society. *The Communication of Ideas*, 37.
- McGuire, W. (1974). Psychological motives and communication gratification. *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, 3.
- McLeod, J., & Becker, L. (1974). Testing the validity of gratification measures through political effects analysis. *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, 3.
- McQuail, D. (1984). With the benefit of hindsight: Reflections on uses and gratifications research. *Critical Studies in Media Communication*, 1.
- Nana, S. S. (2010). *Metode penelitian pendidikan bandung*. Remaja Rosdakarya.
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan teknologi dan pola hidup manusia dalam perspektif sosial budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 2.
- Nicholas, D., & Huntington, P. (2000). Evaluating consumer website logs: a case study of The Times/The Sunday Times website. *Journal of Information Science*, 26.
- Palmgreen, P. (1984). Uses and gratifications: A theoretical perspective. *Annals of the International Communication Association*, 8, 20–55.
- Panuju, R. (2000). *Komunikasi Bisnis*. PT Gramedia Pustaka.
- Papalia, D., Olds, S., & Feldman, R. (2008). *Human Growth and Development*. McGraw Hill.
- Rakhmat, J. (2009). *Psikologi Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Riduwan, S. (2011). *Pengantar Statistika untuk penelitian pendidikan, sosial, ekonomi, komunikasi dan bisnis*. Alfabeta.
- Setianingrum, V. M., Huda, A. M., Aji, G. G., Sari, P., Sukardani, & Islam, M. A. (2020). *Design Development of Infographics Content for Covid19 Prevention Socialization*.
- Siregar, S. (2013). *Metode penelitian kuantitatif*. Kencana.
- Sudjana, N. (2005). *Metode statistika*. Tarsito.
- Sugiyono, S. (2010). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukardani, P. S., & Setianingrum, V. M. (2019). *Visual Storytelling of Infographic Design in News Media: A Comparative Study on Online Media Platforms in Indonesia*.
- Supranoto, H. (2015). Implementasi pendidikan karakter bangsa dalam pembelajaran SMA. *Jurnal Promosi*, 3.
- Tandyonomanu, D., Aji, G. G., & Tsuroyya. (2020). *Media's Broader Roles in Mitigating COVID-19*. 473.
- Umar, H. (2008). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Raja Grafindo Persada.
- Walgito, B. (2007). *Psikologi kelompok*. Andi.

REVERENSI VIRTUAL

Fikri, Nanang. *Indonesia Scout Journalist*. 2018
<https://www.scout.org/id/node/392381?language=id>
 (diakses pada 16 Maret 2021)

Haryanto, Agus Tri. *Pengguna Aktif Medsos RI 170 Juta, Bisa Main 3 Jam Sehari*. 2021

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407834/pengguna-aktif-medsos-ri-170-juta-bisa-main-3-jam-sehari>

(diakses pada 16 Maret 2021)

Kusuma, Wijaya. *Ratusan Siswa SMPN 1 Turi Sleman Hanyut Saat Pramuka Susur Sungai, 4 Tewas*. 2020

<https://regional.kompas.com/read/2020/02/21/19024691/ratusan-siswa-smpn-1-turi-sleman-hanyut-saat-pramuka-susur-sungai-4-tewas?page=all>

(diakses pada 12 September 2021)

Pertiwi, Wahyu Nandakusuma. *Sebanyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia?*. 2019

<https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>

(diakses pada 23 Februari 2020)

