

Pengaruh Penggunaan Akun Instagram @infodenpasar Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Anak Muda Di Kota Denpasar

Kadek Ayu Shintya Dewi¹⁾, I Gusti Agung Alit Suryawati²⁾, Ade Devia Pradipta³⁾

^{1,2,3)} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: Itsayushin@gmail.com¹, igaaalitsuryawati@unud.ac.id², deviapradipta88@gmail.com³

ABSTRACT

@infodenpasar is an information-based Instagram account that provides various information and the latest news related to Denpasar, Bali and Indonesia. This account makes it easier for the Balinese to carry out their activities by presenting accurate information and avoiding hoax news. The goals of this study is to see the influence of using the Instagram account @infodenpasar has on meeting the information needs of young people in Denpasar City. Theories used include new media theory, uses and effects, social media, Instagram, and information needs. This research used explanatory quantitative research method. The researcher was distributing questionnaires to 80 respondents who were determined through nonprobability sampling and purposive sampling techniques. To analyze the data findings, this research used a simple linear regression statistical test using SPSS 26. The results showed that there was an effect of social media usage on the information needs variable, with a coefficient of determination (R Square) of 0.542. According to the results, fulfillment of the information needs of young people in Denpasar City is 54.2% influenced by the use of the Instagram account @infodenpasar. This means that the use of the Instagram @infodenpasar social media account has a significant effect on fulfilling the information needs of young people in Denpasar City.

Keywords: Social Media, Instagram account @infodenpasar, Information Needs

1. PENDAHULUAN

Masyarakat memiliki harapan akan terpenuhinya kebutuhan mereka terhadap informasi. Terlebih pada era internet seperti sekarang ini, memberikan kemudahan dalam memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat akan informasi. Tidak hanya menimbulkan dampak positif, kemajuan internet juga mendatangkan dampak negatif salah satunya

internet membuka ruang untuk penyebaran berita yang tidak benar sehingga dapat meresahkan publik (www.kominfo.go.id, 2017). Dengan demikian, diperlukan solusi yang mampu mengatasi permasalahan ini, salah satunya adalah dengan menghadirkan aktor-aktor untuk menghentikan penyebaran hoaks. Menurut survei yang dilakukan oleh (KIC) dan (Kominfo) menyatakan bahwa salah satu aktor yang diharapkan mampu

memberantas penyebaran hoaks sekaligus menjadi fasilitator penyedia informasi yang terpercaya bagi masyarakat adalah perusahaan platform jejaring online (<https://databoks.katadata.co.id>, 2022).

Menurut data hasil survey APJI menyebutkan bahwa kelompok usia 13-18 tahun merupakan penetrasi internet tertinggi (Sumber: <https://www.apji.or.id>). Seiring dengan terus bertambahnya pengguna internet, maka dapat dikatakan bahwa internet telah menjadi media yang dominan untuk digunakan pada era media baru. Hal ini memiliki persamaan terhadap suatu hasil yang ditemukan dalam penelitian oleh Situmorang (2012), yang menyatakan bahwa dengan tingginya jumlah pengguna internet dan keberagaman aplikasi yang ditawarkan, menjadikan internet sebagai media baru yang memiliki tingkat penggunaan paling tinggi.

Menurut Mc Quail (2011, p.548) media baru adalah suatu sebutan yang dipergunakan untuk teknologi-teknologi komunikasi dengan proses digital yang luas sebagai suatu alat komunikasi. Media sosial merupakan bagian dari media baru yang dalam pengertiannya merupakan sebuah alat komunikasi yang memiliki banyak kegunaan diantaranya dapat digunakan untuk melakukan interaksi dengan pengguna lainnya, berkolaborasi, bertukar informasi

dan menggambarkan diri secara lebih bebas (Rulli Nasrullah, 2016:13).

Riset yang dilakukan Hootsuite & We are Social (2021) melaporkan bahwa pada awal Januari 2021 sebanyak 61,8% atau 170 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia merupakan pengguna aktif sosial media. Instagram adalah media sosial yang memiliki jumlah pengguna yang banyak di Indonesia terbukti aplikasi ini berada pada urutan ketiga setelah Youtube dan Whatsapp dengan persentase sebesar 86,6% (Sumber: Data Hootsuite & We are Social 2021). Hal ini dikarenakan kemampuan Instagram dalam menyebarkan informasi dengan cepat serta dapat menghubungkan akun pengguna lainnya (Immanuella Gloria, 2020: 46).

Salah satu akun media sosial Instagram yang menjadi perhatian penulis untuk penelitian ini adalah akun @infodenpasar. Dilansir dari laman Tribun Bali, akun @infodenpasar merupakan akun informasi yang muncul kali pertama di Bali Widyaswara, W (2018, Januari 22). Akun berbasis informasi ini menyebarkan berbagai informasi dan berita terkini terkait Denpasar, Bali dan Indonesia. Akun Instagram @infodenpasar terus berkembang hingga menjadi pemimpin media informasi di Bali. Hal ini terbukti dengan peningkatan jumlah pengikut yang telah mencapai 1 juta pengikut

terhitung pada bulan Desember 2022.

Anak muda memiliki kebebasan untuk mengekspresikan dirinya melalui media sosial, salah satunya Instagram. Selaras dengan hasil riset yang dilakukan oleh Napoleon Cat, pada bulan Oktober 2021 menyatakan bahwa kelompok usia 18-24 tahun dengan total jumlah 33,90 juta merupakan mayoritas pengguna Instagram di Indonesia. Sebagai ujung tombak penetrasi internet di Indonesia serta sebagai kelompok usia pengguna media sosial Instagram terbanyak menurut laporan Napoleon Cat (2021), maka penulis menggunakan anak muda dengan rentan usia 18 – 24 tahun sebagai subyek utama penelitian yang akan dikembangkan sebagai sumber informasi dalam penelitian. Berdasarkan penjabaran pada latar belakang di atas, maka hal tersebut menimbulkan ketertarikan pada peneliti untuk melakukan penelitian secara lebih dalam mengenai penggunaan media sosial dan pengaruhnya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh penggunaan akun Instagram @infodenpasar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada anak muda di Kota Denpasar?

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh penggunaan akun Instagram @infodenpasar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi anak muda di Kota Denpasar.

2. KAJIAN PUSTAKA

Media Baru

Media baru didefinisikan sebagai teknologi informasi komunikasi dan konteks konteks sosial serta memiliki infrastruktur yang terdiri atas tiga bagian, yaitu alat yang difungsikan dalam berkomunikasi, kegiatan dimana orang terlibat dalam komunikasi atau berbagi informasi, dan pengaturan sosial atau bentuk organisasi yang bertumbuh melalui alat dan kegiatan tersebut (Lievrouw dan Livingstone, 2006 dalam Humaizi, 2018: 50). Media baru dianggap sebagai media terbaru dan menyampaikan informasi dengan cepat (Nia dan Loisa, 2019).

Media Sosial

Media sosial oleh pemahaman Van Dijk, 2013 dalam (Nasrullah, 2015:11) didefinisikan sebagai platform media yang memfasilitasi penggunaannya untuk bertindak atau berkolaborasi, yang berfokus pada kehadiran pengguna. Dalam penelitian oleh Chris Heuer dalam Solis (2010: 263), dijelaskan bahwa ada indikator 4C dalam

penggunaan media sosial:

a. *Context*

Pembentukan suatu pesan yang berupa (informasi), yang termasuk juga bentuk pesan tersebut, pemilihan suatu bahasa dan isi pesan.

b. *Communication*

Proses bertukar informasi, termasuk juga proses mendengarkan, menanggapi, menambahkan gambar atau mengompresi pesan agar pesan tersampaikan dengan benar.

c. *Collaboration*

Kolaborasi antara akun atau bisnis dan penggunaannya melalui media sosial agar terciptanya hal-hal baik yang memiliki nilai efektifitas dan efisiensi lebih baik.

d. *Connection*

Menjaga hubungan yang telah berjalan dengan baik. Hal tersebut dilakukan untuk menciptakan kedekatan antara pengguna dengan akun tersebut.

Instagram

Instagram merupakan layanan jejaring sosial berbasis aplikasi yang difungsikan penggunaannya untuk penyampaian berbagai informasi seperti foto, gambar, video dan caption (Atmoko, 2012:28). Berikut beberapa penjelasan

terkait karakteristik Instagram menurut para ahli:

- a. Gambar. Pengertian gambar menurut (Delun, 2020:1) merupakan sebuah karya seni yang dapat dibuat dengan tangan manusia ataupun dengan digital yaitu dengan menggunakan computer.
- b. Foto. Pengertian foto merupakan gambar tentang suatu objek baik itu benda, orang pemandangan ataupun lainnya yang diambil menggunakan kamera (Delun, 2020:1)
- c. Video. Pengertian video menurut (Arsyad, 2011:49) adalah gabungan gambar yang dimasukkan ke dalam sebuah frame, lalu frame frame ini diproyeksikan dengan cara mekanis menggunakan lensa proyektor. Maka dari itu muncul gambar yang hidup pada layar.
- d. *Caption*. Pengertian *caption* merupakan susunan kalimat yang difungsikan untuk menjelaskan unggahan pada sosial media (Hasanah, 2019:1).

Kebutuhan Informasi

Kebutuhan informasi merupakan proses kognitif yang berada pada tingkat kesadaran yang berbeda. Oleh karena itu sulit

untuk diketahui secara pasti (Cahyono, 2011). Menurut Syaffril, 2012 terdapat empat indikator kebutuhan informasi, yaitu:

- a. *Current need approach*, merupakan pendekatan kepada kebutuhan yang berfokus pada informasi yang bersifat baru.
- b. *Everyday need approach*, merupakan pendekatan kepada kebutuhan yang bersifat lebih spesifik dan sigap.
- c. *Exhaustic need approach*, merupakan pendekatan kepada kebutuhan informasi yang terperinci. Informasi yang disampaikan relevan, akurat, dan lengkap.
- d. *Catching-up need approach*, merupakan pendekatan kepada kebutuhan informasi yang singkat namun padat terutama tentang menemukan perkembangan terkini yang dibutuhkan saat ini.

Teori Uses and Effect

Konsep *uses* (penggunaan) adalah landasan pemikiran teoritis karena konsep ini memberikan pengetahuan atau informasi mengenai penggunaan media yang membentuk cara untuk memahami dan mengevaluasi tentang *effect* (hasil) dari suatu proses komunikasi massa. Teori ini adalah

suatu teori yang menggambarkan suatu hubungan antara yang menggambarkan proses pada media massa, sehingga menciptakan *effects* kepada khalayak yang menggunakan media massa tersebut (Rohim, 2009).

3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatif. Pendekatan eksplanatif dipilih karena dalam penelitian ini ingin mendeskripsikan hubungan antara suatu variabel terhadap variabel lain guna menguji sebuah hipotesis (Bungin, 2001:51). Batasan responden yang mengisi kuisioner ini adalah anak muda dengan kelompok usia 18-24 tahun, berdomisili di Kota Denpasar dan mengikuti atau pernah melihat konten akun Instagram @infodenpasar. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 responden. Kuesioner digunakan dalam proses penyebaran data oleh peneliti. Dalam menguji hubungan antara variabel independen dengan variabel independent, menggunakan uji analisis regresi linier sederhana.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Batasan responden yang digunakan ialah anak muda dengan usia 18-24 tahun,

berdomisili di Kota Denpasar dan mengikuti atau pernah melihat konten akun Instagram @infodenpasar. Jumlah responden yang terlibat sebagai pengisi kuisioner dalam penelitian ini berjumlah 80 orang. Jenis kelamin responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan sebesar 80% serta laki-laki sebanyak 20%.

Adapun responden dalam penelitian ini didominasi oleh anak muda yang memiliki pendidikan terakhir SMA/ Sederajat dengan jumlah 66,3%. Profesi saat ini responden didominasi oleh Pelajar/ Mahasiswa yakni sebesar 83,8%. Wilayah domisili mayoritas responden adalah Denpasar Selatan sebesar 36,2%. Mayoritas responden mengakses Instagram selama lebih dari 3 jam/hari dengan jumlah 33,7%. Mayoritas responden memiliki jumlah pengeluaran kuota per bulan sebesar Rp 50.000–Rp100.000 dengan jumlah 57,4%. Durasi mayoritas responden dalam mengakses Instagram adalah lebih dari 3 jam/hari dengan jumlah 33,7%.

Pengaruh Penggunaan Akun Instagram @infodenpasar

Pada penelitian ini, variabel Penggunaan Akun Instagram @infodenpasar diukur menggunakan indikator oleh Solis (2010). Dalam skor jawaban responden, diperoleh rata-rata sebesar 4,08. Hal tersebut mengandung pengertian bahwa responden

pada penelitian ini memiliki tingkat penggunaan akun Instagram @infodenpasar dalam kategori Baik/Tinggi. Perolehan tertinggi pada kategori Sangat Baik/ Sangat Tinggi terdapat pada pernyataan "Saya merasa konten yang diunggah pada akun Instagram @infodenpasar bersifat informatif" dengan perolehan skor sebesar 4,44.

Pemenuhan Kebutuhan Informasi Anak Muda di Kota Denpasar

Pada penelitian ini, variabel Kebutuhan Informasi diukur dengan menggunakan indikator Syaffril (2012) dalam menjabarkan kebutuhan terhadap informasi. Rata-rata keseluruhan skor dari jawaban responden terhadap variabel Kebutuhan Informasi adalah 3,99. Hal tersebut mengandung pengertian bahwa pemenuhan kebutuhan informasi anak muda di Kota Denpasar berada pada tingkat yang Baik/Tinggi. Pernyataan "Akun Instagram @infodenpasar selalu memberikan informasi atau pesan pada postingan yang bersifat informatif, walaupun dijabarkan secara singkat." mendapatkan skor rata-rata tertinggi yakni sebesar 4,24 dengan kategori Sangat Baik/ Sangat Tinggi.

Pembahasan

Masyarakat memiliki harapan yang tinggi akan terpenuhinya kebutuhan mereka akan informasi. Berdasarkan hal tersebut, banyak bermunculan media-media berbasis informasi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat setiap detik. Info Denpasar merupakan media berbasis informasi yang terkenal khususnya di masyarakat Bali. Media informasi ini memiliki akun resmi pada aplikasi Instagram dengan nama pengguna @infodenpasar yang dirilis sejak tahun 2015 dan telah memiliki jumlah pengikut sebanyak 1.000.000 terhitung pada bulan Mei 2023.

Tingkat hubungan antara variabel (X) Penggunaan Akun Instagram @infodenpasar terhadap variabel (Y) Pemenuhan Kebutuhan Informasi berada pada kategori tingkat hubungan yang kuat. Hal ini dibuktikan oleh hasil perolehan nilai R yaitu 0,736. Nilai ini memiliki pengertian ketika peningkatan Penggunaan Akun Instagram @infodenpasar maka akan mengakibatkan peningkatan pada Pemenuhan Kebutuhan Informasi Anak Muda di Kota Denpasar.

Terdapat persamaan regresi $Y = 10,768 + 1,146X$, berdasarkan hasil temuan tersebut menunjukkan bahwa rata-rata Pemenuhan Kebutuhan Informasi jika tidak

ada Penggunaan Akun Instagram @infodenpasar adalah sebesar 10,768 dan bernilai positif. Nilai koefisien regresi (b) adalah 1,146. Nilai tersebut menunjukkan bahwa persamaan regresi linier sederhana dengan nilai positif menunjukkan suatu hubungan antara variabel (X) dan variabel (Y) bersifat searah. Hubungan yang positif searah memiliki pengertian setiap terjadi peningkatan Penggunaan Akun Instagram @infodenpasar maka akan mengakibatkan peningkatan juga pada Pemenuhan Kebutuhan Informasi anak muda di Kota Denpasar. Nilai besaran pengaruh Penggunaan Akun Instagram @infodenpasar dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi anak Muda di Kota Denpasar dapat diturunkan dari nilai R Square. Nilai yang diperoleh dalam R Square adalah sebesar 0,542 yang berarti Pemenuhan Kebutuhan Informasi sebesar 54,2% dipengaruhi oleh Penggunaan Akun Instagram @infodenpasar. Sisanya yaitu sebesar 45,8% dipengaruhi atas variabel dan faktor lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Penelitian ini didasarkan pada teori *Uses and Effect* yang menjelaskan bagaimana pengaruh penggunaan akun Instagram @infodenpasar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi anak muda di Kota Denpasar.

Teori *Uses and Effect* jika dihubungkan secara langsung dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa pengaruh penggunaan akun Instagram @infodenpasar berperan sebagai *uses*, sedangkan pemenuhan kebutuhan informasi memiliki peran sebagai *effect* yang ditimbulkan. Oleh karena itu, terpenuhinya kebutuhan informasi anak muda di Kota Denpasar adalah dampak yang disebabkan dari penggunaan media. Dalam hal ini, baik atau buruknya pemenuhan kebutuhan informasi yang didapat adalah perolehan atas penggunaan suatu media serta proses komunikasi massa yang dilakukan oleh serta melalui media massa.

5. KESIMPULAN

Pertama, hasil menunjukkan terdapat adanya pengaruh penggunaan akun Instagram @infodenpasar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi anak muda di Kota Denpasar dengan hubungan antara dua variabel pada taraf tinggi.

Kedua, pada perolehan analisis data menunjukkan bahwa akun Instagram @infodenpasar paling tinggi dalam memenuhi kebutuhan informasi sekilas (*Catching-up Need Approach*) namun akun Instagram @infodenpasar ini tidak cukup tinggi dalam memenuhi kebutuhan informasi

yang rutin (*Everyday Need Approach*).

Ketiga, teori *Uses and Effect* yang menjadi landasan dalam penelitian ini jika dihubungkan secara langsung dalam penelitian, dapat diketahui bahwa pengaruh penggunaan akun Instagram @infodenpasar berperan sebagai *uses*, sedangkan pemenuhan kebutuhan informasi memiliki peran sebagai *effect* yang ditimbulkan. Oleh karena itu, terpenuhinya kebutuhan informasi anak muda di Kota Denpasar adalah dampak yang disebabkan dari penggunaan media.

Saran

Pertama, kepada akun Instagram @infodenpasar, disarankan untuk memberikan informasi yang padat dengan konsistensi yang pasti agar terdapat pemenuhan kebutuhan informasi dengan taraf lebih tinggi pada kebutuhan informasi yang rutin, mendalam dan terbaru untuk audiens akun Instagram @infodenpasar terkhususnya pada anak muda di Kota Denpasar.

Kedua, kepada peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan dalam meneliti topik yang serupa, disarankan dapat menambahkan variabel serta menggunakan teori ataupun metode lainnya agar hasil yang diperoleh selanjutnya dapat lebih bervariasi.

6. DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Ardianto Elvinaro, Komunikasi Massa : Suatu Pengantar, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2004), hal. 125

Bungin Burhan. (2009). Sosiologi Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

McQuail, D. (2011). Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Salemba Humanika. Palmgreen, P. (1985). Uses and Gratifications: A Theoretical Perspective.

Solis, B. (2010). Engage: The complete guide for brands and businesses to build, cultivate, and measure success in the new web. John Wiley & Sons.

Jurnal dan Skripsi:

Dewi, N. L. (2021). MOTIF DAN KEPUASAN REMAJA DENPASAR MENONTON KONTEN VIDEO @haipuja MELALUI INSTAGRAM. Medium, 13- 15.

Helen, F. R. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jkinfo Terhadap Pemenuhan

Kebutuhan Informasi Followers. Prologia, 355 – 362.

Islamy, D. P. (2015). PENGARUH ONLINE SHOP PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA- SISWI SMP ISLAM CIKAL HARAPAN I BUMI SERPONG DAMAI (BSD) KOTA TANGERANG SELATAN. journal.uinjkt.ac.id, 13-15.

Kaban, S. C. (2018). MOTIF DAN KEPUASAN MENONTON VIDEO BLOG DI KALANGAN ANAK MUDA KOTA DENPASAR. E- Jurnal Medium, 6-15.

Kamertaya, P. G. (2022). Pengaruh Terpaan Berita Efek Vaksin COVID-19 di Instagram @detikcom Terhadap Persepsi Remaja Di Kota Denpasar Tentang Vaksin COVID-19. E-Journal Medium, 65-75.

Maheni, I. G. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Iqbaal Ramadhan Terhadap Minat Pelajar Denpasar dalam Menggunakan Aplikasi RUANG. ojs.unud.ac.id, 15-22. pada 10 November, 2022.

Muhamad Duky Nurhaditio, E. H. (2023).

PENGARUH TERPAAN DAN
KUALITAS INFORMASI PADA
AKUN INSTAGRAM
@ANIMOLIFE TERHADAP
PEMENUHAN KEBUTUHAN
INFORMASI FOLLOWERS.
JURNAL JUKIM, 57-62

Putu Resta Wira Prananta, N. L. (2021).

Motif Pengikut Akun Instagram
@infodenpasar Untuk Mengunggah
Berita Dalam Kegiatan Citizen
Journalism. E-Jurnal Medium.

Ulio, I.P. (2021).

STRATEGI
KOMUNIKASI SOCIAL MEDIA
BUZZER @infodenpasar PADA
INSTAGRAM DALAM
MENYEBARKAN INFORMASI
DAN MEMBANGUN OPINI
MASYARAKAT KOTA
DENPASAR. WIDYA DUTA |
VOL. 16, NO. 1, 13- 17.

Wibisono, A. T. (2021).

PENGARUH
PENGGUNAAN EMOJI
WHATSAPP TERHADAP
KEPUASAN REMAJA KOTA
DENPASAR DALAM
MENYAMPAIKAN PESAN. E-
Jurnal Medium 2018, 12-15.