

Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial Instagram *Concept Store* “Happy Go Lucky” Dengan Kepuasan Informasi

¹Rizka Ayu Lestari, ²Ani Yuningsih

^{1,2}*Bidang Kajian Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,*

Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116

Email: ¹rizka.ayu.lestari@gmail.com, ²yuningsihani@yahoo.com

Abstract: Mass communication functions include the function of information, educational and influence. The function of information is the most important function in mass communication. Instagram is a form of social media that is currently favored by the majority of social media users. Instagram now is not only used by individuals alone, but also by companies. Companies use Instagram as a tool for delivering information that includes products and other information. Happy Go Lucky is the first concept store in Indonesia which accommodates local brand products, especially products for women in the upper-middle segment. In Instagram, Happy Go Lucky spreads various information such as relaying information about the latest products, gives tips and tricks related to style, and provides discount information on multiple providers or restaurants which are cooperating with Happy Go Lucky, to their Instagram followers. This study is entitled "The Relationship Between The Use of Instagram's Social Media Concept Store "Happy Go Lucky" and Information Satisfaction". The aim of this study was to determine the relationship between the use of Instagram's social media Concept Store "Happy Go Lucky" and information satisfaction of the followers about the products and promotions, as well as tips and tricks concerning style. This study uses a correlation-based method. The analysis techniques used in this research are descriptive analysis techniques and inferential analysis. The population used in this study consists of Instagram followers of the "Happy Go Lucky" Concept Store. The number of samples in this study is 100 respondents. The sampling technique used was simple random sampling. Communication theory used in this research is the theory of Uses and Gratification. The results showed that there is a strong and positive relationship between the use of Instagram's social media Concept Store "Happy Go Lucky" and information satisfaction of the followers with a correlation coefficient of 0.688. The conclusion of this study is that there is a relationship between the use of Instagram's social media Concept Store "Happy Go Lucky" and information satisfaction of the followers.

Keywords: The Use of Social Media, Social Media, Information Satisfaction, Instagram

Abstrak: Fungsi komunikasi massa yaitu, fungsi informasi, pendidikan dan memengaruhi. Fungsi informasi merupakan fungsi paling penting dalam komunikasi massa. Instagram merupakan media sosial yang saat ini difavoritkan mayoritas pengguna media sosial. Sekarang Instagram tidak hanya digunakan oleh individu saja tetapi perusahaan juga menggunakan Instagram. Perusahaan menggunakan Instagram sebagai tempat penyampaian informasi yang meliputi produk dan informasi-informasi lainnya. Happy Go Lucky merupakan *concept store* pertama di Indonesia yang menampung produk-produk *brand local* khususnya produk-produk untuk perempuan yang memiliki segmentasi untuk menengah ke atas. Di Instagram, informasi yang dilakukan oleh Happy Go Lucky bermacam-macam mulai dari menyampaikan informasi mengenai produk-produk terbaru dari Happy Go Lucky, memberi tips & trik berpenampilan, serta promo-promo potongan harga yang Happy Go Lucky berikan dan bekerjasama dengan beberapa provider atau tenant-tenant resto lainnya kepada *followers*nya. Penelitian ini berjudul “Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial Instagram *Concept Store* “Happy Go Lucky” Dengan Kepuasan Informasi”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara penggunaan media sosial Instagram *Concept Store* “Happy Go Lucky” dengan kepuasan informasi *followers* mengenai produk, promo serta tips dan trik berpenampilan. Penelitian ini menggunakan metode korelasional. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif dan analisis inferensial. Populasi dalam penelitian ini adalah para *followers Concept Store* “Happy Go Lucky”. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Simple Random Sampling*. Teori komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori *Uses and Gratification*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif antara penggunaan media sosial Instagram *Concept Store* “Happy Go Lucky” dengan kepuasan informasi

followers dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.688. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram *Concept Store* “Happy Go Lucky” dengan kepuasan informasi *followers*.

Kata Kunci: Penggunaan Media, Media Sosial, Kepuasan Informasi, Instagram

A. Pendahuluan

Pada zaman dahulu penyampaian informasi suatu produk atau jasa dilakukan dengan menggunakan media konvensional dan dari pintu ke pintu. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi tidak optimal melakukan penyampaian informasi dengan menggunakan media konvensional. Sebab, karakteristik masyarakat Indonesia saat ini gemar bermain *gadget* untuk mengakses internet karena setiap hari orang-orang membutuhkan informasi yang cepat dan aktual untuk menunjang kebutuhannya. Salah satu pemanfaatan internet di masyarakat modern adalah penggunaan media sosial. Media sosial seperti facebook, twitter, youtube dan instagram adalah salah satu media sosial yang banyak diminati oleh orang Indonesia. Selain dapat menghubungkan dengan teman atau kerabat, media sosial tersebut berguna untuk mencari seputar informasi dan juga sebagai media baru untuk penyampaian informasi di dalam dunia bisnis.

Media sosial saat ini tidak hanya digunakan oleh individu. Pada saat ini media sosial banyak digunakan oleh perusahaan sebagai media penyampaian informasi. Instagram merupakan media sosial yang difavoritkan oleh pengguna media sosial saat ini. Happy Go Lucky merupakan *concept store* yang menggunakan media sosial instagram sebagai media untuk menyampaikan informasi seputar produk, promo, serta tips dan trik berpenampilan.

Dari penelitian ini diharapkan dapat mengetahui faktor-faktor yang harus dikelola untuk membangun kepuasan informasi *followers*.

B. Landasan Teori

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Uses and Gratifications*. Teori *Uses and Gratifications* dikenalkan pada tahun 1974 oleh Blumer dan Katz. Teori ini menyatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Dalam arti lain, pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2011:192).

Katz, Blumber, & Gurevich (dalam Ardianto, 2007:74) menjelaskan asumsi dasar dari teori *Uses and Gratifications*, yaitu:

1. Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagai bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
2. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk mengalitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada khalayak.
3. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung pada perilaku khalayak yang bersangkutan.
4. Tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak. Artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan

kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.

5. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

Metode yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif, adalah metode berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan menguji hipotesis yang sudah ditetapkan (Sugiyono, 2012:7). Jenis penelitian ini adalah penelitian korelasional. Penelitian korelasional adalah penelitian yang sifatnya menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2012:11).

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:80). Populasi dalam penelitian ini adalah para *followers concept store "Happy Go Lucky"* yang berjumlah 18.500 *followers*. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012:81). Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Simple Random Sampling*, yaitu setiap subjek memiliki hak yang sama untuk memperoleh kesempatan yang dipilih menjadi sampel.

C. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang peneliti dapatkan berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut "Bagaimana Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Kepuasan Informasi" selanjutnya pertanyaan muncul dalam rumusan permasalahan ini diuraikan sebagai berikut:

1. Sejauh mana hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram *Concept Store "Happy Go Lucky"* (@hglhouse) dengan kepuasan informasi *followers*?
2. Sejauh mana hubungan antara isi pesan media sosial instagram *Concept Store "Happy Go Lucky"* (@hglhouse) dengan kepuasan informasi *followers*?
3. Sejauh mana hubungan antara "keterkaitan *followers* dengan isi media" pada media sosial instagram *Concept Store "Happy Go Lucky"* (@hglhouse) dengan kepuasan informasi *followers*?

Dari hasil penelitian diperoleh jawaban atas ketiga rumusan masalah tersebut yaitu sebagai berikut:

1. **Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram *Concept Store "Happy Go Lucky"* (@hglhouse) dengan kepuasan informasi *followers*?**

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan, korelasi antara intensitas penggunaan media sosial instagram *Concept Store "Happy Go Lucky"* dengan kepuasan informasi *followers* didapat nilai koefisien korelasi sebesar 0.489.

Nilai koefisien korelasi sebesar 0.489 menunjukkan hubungan yang cukup berarti antara intensitas penggunaan media sosial instagram *Concept Store* “Happy Go Lucky” dengan kepuasan informasi *followers*. Karena nilai koefisien korelasi positif artinya jika intensitas penggunaan media sosial instagram *Concept Store* “Happy Go Lucky” naik maka kepuasan informasi *followers* pun akan naik begitupun sebaliknya. Intensitas penggunaan media berkaitan dengan jumlah waktu yang digunakan dalam mengakses situs yang terdiri dari frekuensi dan durasi (Ardianto, Erdinaya, 2004:164). Hal yang mempengaruhi intensitas penggunaan media ialah kebutuhan dari setiap individu yang dimana dari setiap kebutuhan yang dipenuhi akan menciptakan rasa puas dari khalayak. Kebutuhan yang harus dipuaskan meliputi kebutuhan individu (*individual needs*) yang dapat diuraikan seperti yang dikemukakan oleh Effendy (2003:294): kebutuhan kognitif (*cognitive needs*), kebutuhan afektif (*Affective Needs*), kebutuhan integrasi personal (*Personal Integrative Needs*), kebutuhan integrasi sosial (*Social Integrative Needs*), dan kebutuhan pelepasan (*Escapist Needs*).

2. Hubungan antara isi pesan media sosial instagram *Concept Store* “Happy Go Lucky” (@hglhouse) dengan kepuasan informasi *followers*?

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan, korelasi antaraketerkaitan *followers* dengan isi media pada media sosial instagram *Concept Store* “Happy Go Lucky” dengan kepuasan informasi *followers* didapat nilai koefisien korelasi sebesar 0.698. Nilai korelasi sebesar 0.698 menunjukkan hubungan yang cukup berarti antara keterkaitan *followers* dengan isi media pada media sosial instagram *Concept Store* “Happy Go Lucky” dengan kepuasan informasi *followers*. Karena nilai koefisien korelasi positif artinya jika isi pesan/materi media sosial instagram *Concept Store* “Happy Go Lucky” naik maka kepuasan informasi *followers* pun akan naik begitupun sebaliknya. Dalam hal ini isi pesan/materi media sosial *Concept Store* “Happy Go Lucky” dibahas tentang aktualisasi informasi, kejelasan informasi, dan kelengkapan pesan dan ternyata setelah diuji hal tersebut ada hubungan dengan kepuasan informasi *followers*, hal tersebut diakibatkan bahwa dalam pengujian tentang isi pesan/materi media sosial instagram *Concept Store* “Happy Go Lucky” sudah dianggap baik oleh para responden. Pesan harus disampaikan sebaik mungkin, hal yang perlu dipertimbangkan dalam penyampaian pesan yaitu menggunakan cara dan media yang dipilih haruslah mampu menyampaikan komunikasi dengan baik artinya komunikasi yang disampaikan memungkinkan untuk mudah dimengerti, lengkap dan tepat waktu (Nitisemito, 1982:227). Disini *Concept Store* “Happy Go Lucky” terbukti teruji telah berhasil menjadi sebuah media sosial instagram yang dapat memenuhi kebutuhan *followers* sehingga *followers* merasa puas akan informasi yang disajikan. Media sosial instagram *Concept Store* “Happy Go Lucky” selalu menyajikan informasi-informasi yg aktual tentunya karena *followers* yang mem-follow merupakan *followers-followers* selera menengah ke atas sehingga informasi yang disajikan harus memiliki aktualitas yang tinggi

serta kejelasan dan kelengkapan dalam menyampaikan informasi harus jelas dan menggunakan kata-kata yang mudah dimengerti serta foto-foto produk dan lainnya harus disertai dengan keterangan-keterangan yang lengkap karena pada saat ini *followers* selalu ingin yang mudah dan selalu ingin yang praktis ketika sedang mengakses informasi.

3. Hubungan antara “keterkaitan *followers* dengan isi media” pada media sosial instagram *Concept Store "Happy Go Lucky"* (@hglhouse) dengan kepuasan informasi *followers*?

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan, korelasi antar keterkaitan *followers* dengan isi media pada media sosial instagram *Concept Store "Happy Go Lucky"* dengan kepuasan informasi *followers* didapat nilai koefisien korelasi sebesar 0.698. Nilai korelasi sebesar 0.698 menunjukkan hubungan yang cukup berarti antara keterkaitan *followers* dengan isi media pada media sosial instagram *Concept Store "Happy Go Lucky"* dengan kepuasan informasi *followers*. Karena nilai koefisien korelasi positif artinya jika keterkaitan *followers* dengan isi media pada media sosial instagram *Concept Store "Happy Go Lucky"* naik maka kepuasan informasi *followers* pun akan naik begitupun sebaliknya. Hubungan antara individu dengan isi media pada media disini yaitu keterkaitan *followers* dengan isi media. Hubungan *followers* dengan isi media sosial instagram *Concept Store "Happy Go Lucky"* ini berkaitan dengan kepercayaan pengguna dengan isi media, kedekatan pengguna dengan isi media dan kesesuaian selera *followers* dengan isi media.

Kepercayaan dalam hal ini bahwa *followers* percaya dengan isi pesan dalam media sosial instagram *Concept Store "Happy Go Lucky"* dimana dalam setiap informasi yang diberikan oleh *Concept Store "Happy Go Lucky"* selalu disertai dengan sumber atau *link* yang terpercaya seperti dalam foto tips dan trik berpenampilan *Concept Store "Happy Go Lucky"* selalu menyertai nama *brand* yang digunakan dalam foto tersebut sehingga *followers* merasa percaya bahwa *brand-brand* yang terdapat dalam *Concept Store "Happy Go Lucky"* merupakan *brand-brand* yang memiliki kredibilitas yang baik. Kedekatan dalam hal ini bahwa *followers* merasa dekat dengan informasi yang terdapat dalam media sosial instagram *Concept Store "Happy Go Lucky"* dimana *followers* dapat bertukar informasi dengan admin seputar produk, promo serta tips dan trik berpenampilan dengan admin dari media sosial instagram *Concept Store "Happy Go Lucky"*, terjalin komunikasi dua arah yang baik diantara keduanya serta *Concept Store "Happy Go Lucky"* selalu memberikan feedback/tanggapan yang cepat kepada *followers*.

D. Kesimpulan

1. Terdapat hubungan yang cukup berarti antara intensitas penggunaan media sosial instagram *Concept Store "Happy Go Lucky"* dengan kepuasan informasi *followers* ini dapat terlihat dari koefisien korelasi rank spearman 0.489 dan perhitungan signifikansinya $0.000 < 0.05$ artinya

- tolak H_0 .
2. Terdapat hubungan yang cukup berarti antara isi pesan/materi media sosial instagram *Concept Store* “Happy Go Lucky” dengan kepuasan informasi *followers* ini dapat terlihat dari koefisien korelasi rank spreaman 0.490 dan perhitungan signifikansinya $0.000 < 0.05$ artinya tolak H_0 .
 3. Terdapat hubungan yang cukup berarti antara keterkaitan *followers* dengan isi media pada media sosial instagram *Concept Store* “Happy Go Lucky” dengan kepuasan informasi *followers* ini dapat terlihat dari koefisien korelasi rank spreaman 0.698 dan perhitungan signifikansinya $0.000 < 0.05$ artinya tolak H_0 .E.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, dan Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.