

Hubungan antara Proses Pencarian Informasi pada Akun Instagram @Bandungtalk dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers Aktif

Agi Galuh Cipta Permana, Anne Maryani
 Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi
 Universitas Islam Bandung
 Bandung, Indonesia
 agigaluhcp@gmail.com, Anmar2005@gmail.com.

Abstract—This study aims to determine the relationship between the process of finding information on Instagram @Bandungtalk with the fulfillment of the needs of active followers. The method used is quantitative correlational method. The population of this study is the active followers of Instagram @ bandungtalk. With a sample size of 98 active followers from the total population. The method of data collection is done by observation, interviews, and literature study. The theory used in this research is information search theory that explains when searching for or obtaining information, people will tend to avoid information that is not in accordance with the image of reality because it will be considered disturbing and threatening the entire system that exists in him. Every human being in this age of rapid technological and information development certainly needs information to meet needs. Therefore in this study the researchers tried to link the process of finding information with meeting the needs of using quantitative correlational methods. **Research Focus.** This research is the process of finding information on Instagram @bandungtalk by fulfilling the needs of active followers. In this study, researchers used several aspects of information search theory namely 1) information seeking 2) avoidance of information and aspects of meeting the needs used by researchers, namely 1) cognitive needs 2) affective needs 3) personal integration needs. If there is a relationship between the two variables X and Y then if the information retrieval process carried out by active followers relates to meeting needs, the Instagram account @ bandungtalk becomes a positive information resource.

Keywords—*Information Search Process, Information Search, Need Fulfillment, Instagram, followers.*

Abstrak—Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat mendorong munculnya kelahiran era media informasi digital diberbagai platfrom media sosial salah satunya instagram @Bandungtalk. Ledakan informasi menyebabkan berbagai respons yang diberikan follower terkait dengan pemenuhan kebutuhan informasi yang sesuai dengan image of reality-nya, sehingga peneliti mencoba menghubungkan proses pencarian informasi dengan pemenuhan kebutuhan informasi menggunakan metode kuantitatif korelasional. Fokus pada penelitian ini yaitu seberapa besar hubungan antara pencarian informasi melalui instagram @bandungtalk dengan pemenuhan kebutuhan informasi follower. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan Antara Proses Pencarian Informasi Di Instagram @Bandungtalk Dengan Pemenuhan Kebutuhan

Followers Aktif. Metode yang digunakan adalah metode korelasional kuantitatif. Populasi dari penelitian ini yaitu followers aktif instagram @bandungtalk dengan jumlah sampel sebanyak 98 followers dari total populasi yang ada. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuisioner. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori pencarian informasi yang menjelaskan kecenderungan respon manusia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi yang diterima. Aspek-aspek dalam teori pencarian informasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu 1) pencarian informasi 2) penghindaran informasi, dan aspek aspek pemenuhan kebutuhan informasi yang digunakan yaitu 1) kebutuhan kognitif 2) kebutuhan afektif 3) kebutuhan integrasi personal. Jika ada hubungan diantara kedua variabel X dan Y maka proses pencarian informasi yang dilakukan oleh followers aktif berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan informasi, dan akun instagram @bandungtalk menjadi sumberdaya informasi yang positif.

Kata Kunci—*Informasi, Pencarian informasi, instagram, followers.*

I. PENDAHULUAN

Masyarakat sekarang ini lebih banyak menggunakan media sosial daripada harus membaca koran atau menonton televisi karena dianggap lebih cepat, mudah, dan murah. Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer di masyarakat modern. Hampir sebagian masyarakat memiliki akun Instagram. Dahulu, Instagram hanya digunakan untuk mengunggah foto pribadi dengan caption (keterangan foto) saja. Tapi, tidak di era digital sekarang ini. Instagram mulai memiliki peran dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan berita dan mendapatkan berbagai informasi. Salahsatu akun yang menarik perhatian penulis adalah akun instagram @bandungtalk

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Apakah terdapat Hubungan Antara Pencarian Informasi Melalui Instagram @bandungtalk Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi ?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui hubungan antara tahap pencarian dalam proses pencarian informasi di akun instagram @bandungtalk dengan kebutuhan

- kognitif followers aktif
2. Untuk mengetahui hubungan antara tahap penghindaran dalam proses pencarian informasi di akun instagram @bandungtalk dengan kebutuhan kognitif followers aktif
 3. Untuk mengetahui hubungan antara tahap pencarian dalam proses pencarian informasi di akun instagram @bandungtalk dengan kebutuhan Afektif followers aktif
 4. Untuk mengetahui hubungan antara tahap penghindaran dalam proses pencarian informasi di akun instagram @bandungtalk dengan kebutuhan Afektif followers aktif
 5. Untuk mengetahui hubungan antara tahap pencarian dalam proses pencarian informasi di akun instagram @bandungtalk dengan kebutuhan Integrasi Personal followers aktif
 6. Untuk mengetahui hubungan antara tahap penghindaran dalam proses pencarian informasi di akun instagram @bandungtalk dengan kebutuhan Integrasi Personal followers aktif

II. LANDASAN TEORI

A. Teori Informasi

Pengertian informasi, “Informasi dapat didefinisikan sebagai hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian yang nyata yang digunakan untuk pengambilan keputusan (Jogyanto, 1999)

B. Sumber Informasi

Data yang diolah melalui suatu model menjadi informasi, penerima kemudian menerima informasi tersebut, membuat suatu keputusan dan melakukan tindakan, yang berarti menghasilkan suatu tindakan yang lain yang akan membuat sejumlah data kembali. Data tersebut akan ditangkap sebagai input, diproses kembali lewat suatu model dan seterusnya membentuk suatu siklus. (Sutrabi 2005).

Sumber informasi yang digunakan dapat mempengaruhi kualitas informasi yang dihasilkan. Kualitas informasi menurut Oetomo (2002)¹⁰, ditentukan oleh beberapa faktor yaitu sebagai berikut :

1. Keakuratan dan teruji kebenarannya. Informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak menyesatkan.
2. Kesempurnaan informasi. Informasi disajikan dengan lengkap tanpa pengurangan, penambahan, dan perubahan.
3. Tepat waktu . Informasi harus disajikan secara tepat waktu, karena menjadi dasar dalam pengambilan keputusan.
4. Relevansi. Informasi akan memiliki nilai manfaat yang tinggi, jika Informasi tersebut dapat diterima

oleh mereka yang membutuhkan.

5. Mudah dan murah . Apabila cara dan biaya untuk memperoleh informasi sulit dan mahal, maka orang menjadi tidak berminat untuk memperolehnya, atau akan mencari alternatif substitusinya.

C. Kebutuhan Informasi

Setiap individu memiliki kebutuhan informasi berbeda sebagaimana halnya dengan suatu kelompok tertentu yang disebabkan masalah-masalah sosial yang berbeda diantara satu sama lain. Setiap orang membutuhkan informasi sebagai bagian dari tuntutan kehidupannya, sebagai penunjang kegiatannya, dan sebagai pemenuhan kebutuhannya.

Dikaitkan dengan lingkungan yang merangsang timbulnya kebutuhan, khususnya yang berhubungan dengan seseorang yang dihadapkan pada berbagai sumber penampung informasi, atau media komunikasi informasi. Katz, Guerevitch, dan Haas yang dikutip oleh Tan, dalam Yusup (2009) mengusulkan: “ada banyak kebutuhan yang bisa dikemukakan, antara lain:

1. Kebutuhan Kognitif Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat seseorang untuk memahami dan menguasai lingkungannya yang kemudian dapat memberi kepuasan atas hasrat keingintahuan dan penyelidikan seseorang.
2. Kebutuhan Afektif Kebutuhan ini dikaitkan dengan penguatan estetis, hal yang dapat menyenangkan, dan pengalaman-pengalaman emosional. Berbagai media dalam hal ini juga sering dijadikan alat untuk mengejar kesenangan dan hiburan.
3. Kebutuhan Integrasi Personal Kebutuhan-kebutuhan ini berasal dari hasrat seseorang untuk mencari harga diri.
4. Kebutuhan Integrasi Sosial Kebutuhan ini didasari oleh hasrat seseorang untuk bergabung atau berkelompok dengan orang lain.
5. Kebutuhan Berkhayal (Escapist Needs) Kebutuhan berkhayal (escapist needs) dikaitkan dengan kebutuhan-kebutuhan untuk melarikan diri, melepaskan ketegangan, dan hasrat untuk mencari hiburan atau pengalihan (diversion).

D. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasi yang bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan dan seberapa kuat hubungan antara Proses Pencarian Informasi Pada Akun Instagram @Bandungtalk Dengan Pemenuhan Kebutuhan Followers Aktif.

E. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah follower aktif akun @instagram @Bandungtalk yang memberi komentar selama bulan Februari 2020 sebanyak 5968 orang, Berdasarkan data yang ada, maka untuk menghitung jumlah sampel peneliti menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin

dengan presisi 0,1/10% untuk menentukan sampel. alasan menggunakan presisi 0,1 karena populasi penelitian terhitung banyak. Setelah di hitung dari populasi 5968 orang menjadi sample sebanyak 98orang.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner (angket) tertutup yang disusun menggunakan *Google Form* dan disebarluaskan melalui akun instagram @bandungtalk dan chat personal followers aktif instagram @Bandungtalk.

G. Validitas dan Reliabilitas

Validitas menunjukkan sejauh mana relevansi pertanyaan terhadap apa yang ditanyakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian. Tingkat validitas kuesioner diukur berdasarkan koefisien validitas yang dalam hal ini menggunakan koefisien korelasi item-total yang terkoreksi. Pada penelitian ini peneliti menguji validitas menggunakan rumus Pearson's Product Moment.

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran relatif konsisten, alat ukur tersebut reliabel (Ardianto, 2010: 189)

Untuk menguji reliabilitas peneliti menggunakan rumus Alpha Cronbach

H. Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui hubungan tahap pencarian informasi (X1) dengan pemenuhan kebutuhan kognitif followers aktif (Y1), maka dilakukan analisis korelasi Rank Spearman dengan hipotesis sebagai berikut:

H0: Tidak terdapat hubungan antara tahapan pencarian informasi dengan pemenuhan kebutuhan kognitif followers aktif.

H1: Terdapat hubungan antara tahapan pencarian informasi dengan pemenuhan kebutuhan kognitif followers aktif.

Untuk mengetahui hubungan antara tahapan penghindaran informasi (X2) dengan pemenuhan kebutuhan kognitif followers aktif (Y1), maka dilakukan analisis korelasi Rank Spearman dengan hipotesis sebagai berikut:

H0: Tidak terdapat hubungan antara tahapan penghindaran informasi dengan pemenuhan kebutuhan kognitif followers aktif.

H1: Terdapat hubungan antara tahapan penghindaran informasi dengan pemenuhan kebutuhan kognitif followers.

Untuk mengetahui hubungan antara tahapan pencarian informasi (X1) dengan pemenuhan kebutuhan afektif followers aktif (Y2), maka dilakukan analisis korelasi Rank Spearman dengan hipotesis sebagai berikut:

H0: Tidak terdapat hubungan antara tahapan pencarian informasi dengan pemenuhan kebutuhan afektif followers aktif.

H1: Terdapat hubungan antara tahapan pencarian informasi dengan pemenuhan kebutuhan afektif followers aktif

Untuk mengetahui hubungan antar tahapan penghindaran informasi (X2) dengan pemenuhan kebutuhan afektif followers aktif (Y2), maka dilakukan analisis korelasi Rank Spearman dengan hipotesis sebagai berikut:

H0: Tidak terdapat hubungan antara tahapan penghindaran informasi dengan pemenuhan kebutuhan afektif followers aktif.

H1: Terdapat hubungan antara tahapan penghindaran informasi dengan pemenuhan kebutuhan afektif followers aktif

Untuk mengetahui hubungan antar tahapan pencarian informasi (X1) dengan pemenuhan kebutuhan integrasi personal followers aktif (Y3), maka dilakukan analisis korelasi Rank Spearman dengan hipotesis sebagai berikut:

H0: Tidak terdapat hubungan antara tahapan pencarian informasi dengan pemenuhan kebutuhan integrasi personal followers aktif.

H1: Terdapat hubungan antara tahapan pencarian informasi dengan pemenuhan kebutuhan integrasi personal followers aktif

Untuk mengetahui hubungan antar tahapan penghindaran informasi (X2) dengan pemenuhan kebutuhan integrasi personal followers aktif (Y3), maka dilakukan analisis korelasi Rank Spearman dengan hipotesis sebagai berikut:

H0: Tidak terdapat hubungan antara tahapan penghindaran informasi dengan pemenuhan kebutuhan integrasi personal followers aktif.

H1: Terdapat hubungan antara tahapan penghindaran informasi dengan pemenuhan kebutuhan integrasi personal followers aktif

III. HASIL PENELITIAN

Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada responden yang merupakan follower aktif akun instagram @bandungtalk diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan memiliki korelasi yang tinggi ditunjukkan antara proses pencarian informasi dengan pemenuhan kebutuhan kognitif follower berdasarkan nilai koefisien korelasi yang dihasilkan yaitu 0,700. Kebutuhan kognitif didasarkan pada hasrat seseorang untuk memahami dan menguasai lingkungannya artinya informasi yang disajikan di instagram @bandungtalk sesuai dengan lingkungan dari responden yang mencakup pelajar, mahasiswa, maupun pekerja dilihat dari usia responden yang berada dikisaran 13 tahun sampai 42 tahun. Korelasi yang sedang ditunjukkan antara proses pencarian informasi dengan pemenuhan kebutuhan afektif dan integrasi personal yang memiliki nilai koefisien korelasi masing-masing 0,569 dan 0,597.

Berdasarkan asumsi dasar teori pencarian informasi (Information seeking) yang menyatakan ketika seseorang mencari atau memperoleh informasi, orang tersebut

cenderung untuk menghindari informasi yang tidak sesuai dengan 'image of reality'nya karena akan dianggap mengganggu dan mengancam keseluruhan sistem yang telah ada pada dirinya. Hasil penelitian dan perhitungan analisis inferensial data penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara proses pencarian informasi dengan pemenuhan kebutuhan informasi follower aktif @bandungtalk berdasarkan hasil perhitungan sig.(2-tailed) yang bernilai 0,000. Nilai koefisien korelasi yang dihasilkan adalah 0,394, nilai ini menunjukkan hubungan korelasi yang rendah antara proses pencarian informasi dengan pemenuhan kebutuhan informasi follower aktif @bandungtalk.

Hasil ini menunjukkan bahwa informasi yang disajikan oleh @bandungtalk sesuai dengan image of reality, lingkungan dan konsep diri responden sehingga informasi tersebut tidak dianggap mengganggu dan mengancam keseluruhan sistem yang telah ada pada diri responden. Asumsi dari teori ini juga sesuai karena tidak ditunjukkan adanya relasi korelasional antara tahapan penghindaran informasi dengan pemenuhan kebutuhan kognitif, afektif, maupun integrasi personal yang ditunjukkan melalui hasil perhitungan sig.(2-tailed) yang bernilai > 0.05

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan di analisa pada sebelumnya, maka diperoleh hasil kesimpulan sebagai berikut:

Terdapat hubungan yang signifikan antara tahap pencarian dalam proses pencarian informasi di akun instagram @bandungtalk dengan kebutuhan kognitif followers aktif

Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tahap penghindaran dalam proses pencarian informasi di akun instagram @bandungtalk dengan kebutuhan kognitif followers aktif

Terdapat hubungan yang signifikan antara tahap pencarian dalam proses pencarian informasi di akun instagram @bandungtalk dengan kebutuhan Afektif followers aktif

Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tahap penghindaran dalam proses pencarian informasi di akun instagram @bandungtalk dengan kebutuhan Afektif followers aktif

Terdapat hubungan yang signifikan antara tahap pencarian dalam proses pencarian informasi di akun instagram @bandungtalk dengan kebutuhan Integrasi Personal followers aktif

Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tahap penghindaran dalam proses pencarian informasi di akun instagram @bandungtalk dengan kebutuhan Integrasi Personal followers aktif

V. SARAN

A. Saran Teoritis

Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian mengenai "Efektivitas Penyebaran Informasi Melalui Sosial Media Instagram"

B. Saran Praktis

Sebaiknya Akun Instagram @Bandungtalk memposting content dengan caption yang mudah di mengerti oleh followers karena di khawatirkan followers salah memahami atau tidak mengerti isi dari informasi content tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abidin, Yusuf. (2009). Guru dan pembelajaran bermutu. Bandung: Rizqi Press.
- [2] Armstrong, Thomas, (2009) Multiple Intelligences in The Classroom, CA: Cloverdale
- [3] Darmi, Anak Agung Sagung Rai dan I Nyoman Wijana Asmara Putra. 2009. Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Pengaruhnya pada Kinerja Individual pada Bank Pengkreditan Rakyat di Kabupaten Tabanan. Jurnal Akuntansi dan Bisnis. Vol. 4 no.1, Hal.64-72.
- [4] Donohew, L and L, Tipton. 1973. A Conceptual Model Information Seeking, Avoiding and Processing. New Holder for Communication Research. Sage Publication : London.
- [5] HM, Jogiyanto, 1999, Analisis dan Desain Sistem Informasi : Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis, ANDI Yogyakarta, Yogyakarta.
- [6] Jonathan, Sarwono. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta :Graha Ilmu
- [7] Kusumaningrat, H. dan Kusumaningrat, P.(2007). Jurnalistik Teori dan Praktik. Bandung: Remaja Rosdakarya
- [8] Lasa HS. 2009. Kamus Kepustakawanan Indonesia. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher
- [9] Mason, C.L.J. dan Wilson R.M.S. (2000). Conceptualising Financial Literacy. Occasional Paper, 2000:7. Loughborough: Business School, Loughborough University
- [10] Masri Singarimbun. 2011. Metode Penelitian Survei. Jakarta: LP3ES.
- [11] Oetomo, Budi Sutedjo Dharma. 2002. Perencanaan dan Pengembangan Sistem Informasi. Edisi I. ANDI Yogyakarta
- [12] Rakhmat, J. 1991. Psikologi Komunikasi: Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [13] Sendjaja, S. Djuarsa. 1994. Teori Komunikasi. Jakarta: Universitas Terbuka
- [14] Singarimbun, Masri. Dan Sofyan Effendi. 1987. Metodologi Penelitian Survei. LP3ES. Jakarta
- [15] Singarimbun, Masri. 1995. Metode Penelitian Survei. LP3S, Jakarta
- [16] Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- [17] Suharsimi Arikunto, Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009)
- [18] Sumadi Suryabrata. 2003. Metode Penelitian. Jakarta: Rajawali.
- [19] Sutabri, Tata .2005. Sistem Informasi Manajemen. 2005. Jakarta.
- [20] <https://adekusnadi.wordpress.com/2012/10/29/uji-validitas-dan-reliabilitas-soal-uraian-dengan-microsoft-excel-2007>
- [21] <https://apjii.or.id/content/read/104/418/BULETIN-APJII-EDISI-40---Mei-2019>