

Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat

Najmi Auliya Azahra, O Hasbiansyah

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

aulyaazahran@gmail.com, hasbiansyah@yahoo.com

Abstract—Social media is currently considered to be very influential in every activity, social media is considered a means or tool of communication between communicants and communicators with the connection of the internet network making it easier for humans to find information, one of which is Facebook. Facebook is a social media that has the most users among other social media. This study was conducted to determine the relationship between the use of social media by the Mekarsari Village Government and meeting the information needs of the community. The theory used in this study is the theory of Uses and Gratification. This study uses quantitative research methods. Data collection techniques used in this study were through observation, literature study, and distributing questionnaires or questionnaires. The population used by the researcher is the people of Mekarsari Village who follow the Facebook fanpage of Mekarsari Gambung Village with a sampling technique that is survey technique. The analysis technique used is descriptive analysis. The result of this study is that there is a strong relationship between the use of social media and the fulfillment of information needs.

Keywords—*Social Media, Use of Social Media, Facebook, Fulfillment of Information Needs*

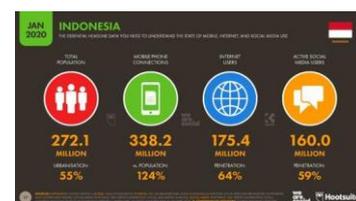
Abstrak—Media sosial saat ini dianggap sangat berpengaruh pada setiap kegiatan, media sosial dianggap sebagai sarana atau alat komunikasi antara komunikator dan komunikator dengan terhubungnya jaringan internet memudahkan manusia untuk mencari informasi, salah satunya yaitu facebook. Facebook merupakan media sosial yang memiliki paling banyak pengguna diantara media sosial yang lain. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan penggunaan media sosial oleh Pemerintah Desa Mekarsari dengan pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Uses and Gratification. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui observasi, studi pustaka, dan menyebarkan angket atau kuesioner. Populasi yang digunakan peneliti adalah masyarakat Desa Mekarsari yang mengikuti fanpage facebook Desa Mekarsari Gambung dengan teknik pengambilan sampel yaitu teknik survei. Adapun teknik analisis yang digunakan ialah analisis deskriptif. Hasil dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan yang kuat antara penggunaan media sosial dengan pemenuhan kebutuhan informasi.

Kata Kunci—*Media Sosial, Penggunaan Media Sosial, Facebook, Pemenuhan Kebutuhan Informasi*

I. PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk sosial yang hidupnya tidak bisa lepas dari pengaruh manusia lain, salah satunya yaitu komunikasi yang terjadi antara manusia satu dengan manusia lainnya, komunikasi tersebut bisa berupa verbal maupun non verbal. Dalam dunia komunikasi, pengirim informasi atau pesan disebut dengan komunikator sedangkan penerima informasi atau pesan disebut dengan komunikan. Tujuan manusia berkomunikasi dengan orang lain yaitu untuk mencari atau mendapatkan informasi, dalam berkomunikasi dapat menggunakan berbagai jenis alat komunikasi baik tradisional maupun modern. Menurut Palapah (2020) pengembangan media baru telah memberikan pilihan kepada para pemuda untuk mengekspresikan diri, menerima, atau berbagi informasi.

Teknologi saat ini sangat membantu untuk lebih cepat dalam mencari informasi yang dibutuhkan, hal ini dikarenakan perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat. Informasi ini awalnya digunakan di komputer yang hanya dapat diakses di rumah. Namun, seiring berjalannya waktu, ponsel pintar/smartphone menjadi lebih mudah untuk mendapatkan informasi melalui internet karena tidak terbatas ruang dan waktu. Karena internet membuat aktivitas manusia menjadi lebih mudah, maka semakin berkembangnya waktu pengguna internet semakin meningkat. Seperti yang tertulis pada gambar berikut ini:

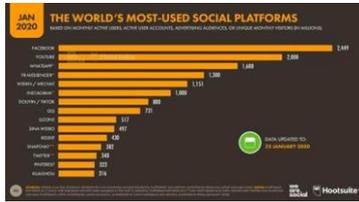


Gambar 1. Hasil riset yang dilakukan oleh Hootsuite dan We are social tahun 2020

Menurut Wearesocial Hootsuite pada gambar 1. diatas, pengguna internet sebanyak 64% atau 175,4 juta dari total populasi di Indonesia, masyarakat Indonesia yang disebut pengguna media sosial aktif mencapai 160 juta orang atau 59% dari total populasi Indonesia. Saat ini media sosial memiliki kekuatan yang luar biasa, di era sekarang media sosial dianggap sangat berpengaruh pada setiap kegiatan,

media sosial dianggap sebagai sarana atau alat komunikasi antara komunikasi dan komunikator, hal ini ditunjukkan oleh Pemerintah Desa Mekarsari yang menggunakan media sosial sebagai alat penyampaian pesan kepada masyarakat, media sosial yang digunakan oleh Pemerintah Desa Mekarsari yaitu Facebook.

Pada gambar di bawah ini media sosial yang sering digunakan yaitu sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil riset Most Active Social Media Platform yang dilakukan oleh

Pada gambar 2, dapat dilihat media sosial yang menduduki peringkat pertama dan memiliki banyak pengguna yaitu facebook, kedua yaitu youtube dan ketiga media sosial instagram.

Bersumber pada informasi yang dirangkum oleh www.kompasiana.com dalam Rohmiyati (2016) bisa ditengarai kalau pemakaian aplikasi jejaring sosial yang menempati ranking paling tinggi merupakan facebook dengan jumlah 78 juta pengguna, setelah itu disusul oleh Instagram serta twitter pada urutan kedua serta ketiga. Hasil survei tersebut pula didukung oleh hasil survei Regu Jejak Komentar App (2016) yang membuat riset sikap pengguna facebook yang mencatat 89% orang Indonesia secara aktif memakai facebook dalam melaksanakan kegiatan tiap hari. Rata-rata pengguna facebook di Indonesia mendaftarkan akun facebook yang mereka miliki dengan frekuensi 1- 6 kali satu hari dalam durasi waktu kunjungan pada kisaran 3- 10 menit.

Adapun alasan mengapa penelitian ini penting dilakukan yaitu mengetahui apakah dengan menggunakan facebook seluruh masyarakat Desa Mekarsari mendapatkan informasi atau sebaliknya, karena informasi merupakan kebutuhan yang harus diterima oleh seluruh masyarakat khususnya mengenai warga masyarakat Desa Mekarsari, dan hasil dari penelitian ini bisa dijadikan masukan untuk pemerintah Desa Mekarsari untuk kedepannya.

Dengan latar belakang sebagaimana dipaparkan diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan “Bagaimana Hubungan Penggunaan Media Sosial Oleh Pemerintah Desa Mekarsari Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi” yang akan menjadi pokok penelitian.

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka peneliti merumuskan identifikasi masalah yaitu:

1. Apakah Terdapat Hubungan Context Media Sosial Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat.
2. Apakah Terdapat Hubungan Communication Media Sosial Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat.
3. Apakah Terdapat Hubungan Connection Media

Sosial Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat

4. Apakah Terdapat Hubungan Collaboration Media Sosial Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat.

II. METODOLOGI

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan studi korelasional. Populasi dan sampel sebanyak 50 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji rank spearman.

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

A. Analisis Hubungan Penggunaan Media Sosial (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat (Y)

TABEL 1. HASIL PENGUJIAN KOEFISIEN KORELASI ANTARA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL (X) DENGAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI MASYARAKAT (Y)

Korelasi Variabel (X)	Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)			Tingkat Hubungan	Keterangan
	Koefisien Korelasi	Sig. (2-tailed)	Nilai Kritis		
Penggunaan Media Sosial	0,405	0,004	0,05	Tingkat Hubungan Kuat	H1 diterima

Sumber: Data Olah Penelitian 2021

Tabel 1, menunjukkan hasil dari uji korelasi bivariate dari hipotesis utama variabel Penggunaan Media Sosial dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Pada tabel tersebut dapat dilihat nilai koefisien korelasi yang menunjukkan bahwa hubungan variabel Penggunaan Media Sosial dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi yaitu 0,405 yang berada diantara 0,400 - 0,599 yang menunjukkan bahwa kedua variabel mempunyai hubungan yang kuat.

Sebagai pengujian hipotesis tabel 4.20 menunjukkan nilai signifikansi antara variabel Penggunaan Media Sosial sebagai variabel independen secara keseluruhan dengan variabel dependennya yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi adalah sebesar 0,004 yang mana nilai tersebut menunjukkan angka lebih kecil dari nilai kritis yaitu 0,05. Hal ini menunjukkan variabel Penggunaan Media Sosial secara langsung memiliki korelasi atau hubungan yang nyata dan signifikan terhadap variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi maka pengujian tersebut berarti Ho ditolak dan H1 diterima.

H1: Terdapat Hubungan Penggunaan Media Sosial (Facebook) Dalam hadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat

Pada era sekarang, media sosial khususnya facebook tidak hanya digunakan untuk membagikan foto atau video saja, sudah banyak instansi yang menggunakan media sebagai alat penyampaian informasi. Sama halnya dengan Pemerintah Desa Mekarsari yang menggunakan media

sosial facebook sebagai alat penyampaian informasi kepada masyarakat. Masyarakat pun memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi oleh Pemerintah setempat yaitu kebutuhan informasi. Pemerintah Desa Mekarsari memilih media sosial facebook sebagai alat penyebaran informasi kepada masyarakat karena hal ini dianggap lebih mudah karena hamper seluruh masyarakat Desa Mekarsari menggunakan media sosial facebook.

Maka, informasi-informasi mengenai wilayah Desa Mekarsari atau masyarakat Gambung yang disebar oleh pemerintah setempat melalui akun fanpage Desa mekarsari Gambung dapat memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.

B. Analisis Hubungan Context Media Sosial (X1) Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat (Y)

TABEL 2. HASIL PENGUJIAN KOEFISIEN KORELASI ANTARA CONTEXT MEDIA SOSIAL (X1) DENGAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI MASYARAKAT (Y)

Korelasi Variabel (X)	Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)			Tingkat Hubungan	Keterangan
	Koefisien Korelasi	Sig. (2-tailed)	Nilai Kritis		
Context	0,310	0,028	0,05	Tingkat Hubungan Kuat	H1 diterima

Sumber: Data Olah Penelitian 2021

Hasil pengujian pada tabel 2 adalah hasil hubungan antara dimensi Context dengan variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Tabel di atas menunjukkan nilai koefisien korelasi 0.301 yang berada pada 0,200-0,399. Angka tersebut diartikan bahwa dimensi Context memiliki tingkat hubungan yang sedang dengan variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi.

Kemudian terdapat pula pengujian hipotesis yang memiliki nilai signifikansi yaitu 0,028 artinya $< 0,05$ yaitu nilai kritis. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi Context memiliki korelasi atau hubungan yang nyata dan signifikan terhadap variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi maka dari itu sub hipotesis yang diterima yaitu:

H1: Terdapat Hubungan Context Media Sosial (Facebook) Dalam hadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat

Context menurut Solis, 2010:263, adalah bagaimana cara membentuk sebuah pesan atau cerita. Dalam poin ini, Pemerintah Desa Mekarsari membentuk beberapa pesan atau cerita salah pesan yang dibuat oleh Desa Mekarsari yaitu pemberitaan yang sedang terjadi sekarang yaitu pandemic virus covid-19 seperti keadaan zona di Desa Mekarsari, bagaimana cara-cara menghindari dari virus tersebut, dan berapa banyak masyarakat Desa Mekarsari yang positif atau orang dalam pemantauan (ODP), tujuan dari pemberitaan tersebut agar masyarakat dapat menjaga diri dan keluarga serumah dari virus tersebut tetapi masih dapat mengetahui pemberitaan yang sedang ramai diluar melalui akun fanpage facebook Desa Mekarsari Gambung. Pemerintah setempat mengemas pesan atau cerita sebaik mungkin untuk di bagikan kepada masyarakat dengan

menggunakan kata-kata dan bahasa yang mudah dipahami, hal ini bertujuan untuk menghindari kesalah pahaman kepada masyarakat.

C. Analisis Hubungan Communication Media Sosial (X2) Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat (Y)

TABEL 3. HASIL PENGUJIAN KOEFISIEN KORELASI ANTARA COMMUNICATION MEDIA SOSIAL (X2) DENGAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI MASYARAKAT (Y)

Korelasi Variabel (X)	Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)			Tingkat Hubungan	Keterangan
	Koefisien Korelasi	Sig. (2-tailed)	Nilai Kritis		
Communication	0,293	0,039	0,05	Tingkat Hubungan Kuat	H1 diterima

Sumber: Data Olah Penelitian 2021

Dilihat dari hasil pengujian pada tabel 3 ialah hasil hubungan dimensi Communication dengan variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Tabel 3 menunjukkan nilai koefisien korelasi 0.293 berada pada 0,200-0,399 maka dapat diartikan bahwa dimensi Communication mempunyai tingkat hubungan yang sedang dengan variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi.

Terdapat pula pengujian hipotesis yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,0389 < 0,05$ yaitu nilai kritis. Hal ini menunjukkan dimensi Communication memiliki korelasi atau hubungan yang nyata dan signifikan terhadap variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi maka dari itu sub hipotesis yang diterima yaitu:

H1: Terdapat Hubungan Communication Media Sosial (Facebook) Dalam hadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat

Merujuk definisi komunikasi lainnya juga dari Zaretsky (1999), komunikasi adalah alat yang digunakan untuk menghubungkan koneksi antar manusia untuk memahami satu sama lain atas kepentingan bersama melalui interaksi. Terdapat beberapa cara untuk berkomunikasi, yaitu dapat dilakukan dengan cara tatap muka atau secara online melalui media sosial dengan terhubung internet. Komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Mekarsari untuk membagikan pesan kepada masyarakat yaitu melalui media sosial facebook hal ini dikarenakan Pemerintah Desa Mekarsari mencari alat komunikasi yang lebih gampang untuk memberikan informasi kepada masyarakat setempat. Pemerintah Desa Mekarsari melihat banyaknya masyarakat terutama yang berlokasi di Desa Mekarsari menggunakan media sosial khususnya facebook hal ini merupakan salah satu alasan mengapa Pemerintah Desa Mekarsari memilih media sosial facebook untuk alat penyampaian informasi kepada masyarakat.

D. Analisis Hubungan Connection Media Sosial (X3) Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat (Y)

TABEL 4. HASIL PENGUJIAN KOEFISIEN KORELASI ANTARA CONNECTION MEDIA SOSIAL (X3) DENGAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI MASYARAKAT (Y)

Korelasi Variabel (X)	Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)			Tingkat Hubungan	Keterangan
	Koefisien Korelasi	Sig. (2- tailed)	Nilai Kritis		
Connection/ Connectivity	0,369	0,008	0,05	Tingkat Hubungan Kuat	H1 diterima

Sumber: Data Olah Penelitian 2021

Mengenai hubungan antara dimensi Connection dengan variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Tabel 4 menunjukkan nilai koefisien korelasi 0.369 dan berada pada 0,200-0,399. Angka tersebut dapat diartikan bahwa dimensi Connection memiliki tingkat hubungan yang sedang dengan variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi.

Adapun pengujian hipotesis yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi yaitu $0,008 < 0,05$ yaitu nilai kritis. Hal ini menunjukkan dimensi Connection mempunyai korelasi atau hubungan yang nyata dan signifikan terhadap variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi maka dari itu sub hipotesis yang diterima ialah:

H1: Terdapat Hubungan *Connection* Media Sosial (Facebook) Dalam hadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat

Menurut Solis, 2010:263 *Connections: The relationships we forge and maintain* adalah pemeliharaan hubungan yang sudah terbina. Pada definisi tersebut, Pemerintah Desa Mekarsari melakukan beberapa cara untuk memelihara hubungan dengan para followers seperti memberikan kenyamanan dalam hal mencari informasi. Maksud kenyamanan disini yaitu, bagaimana caranya masyarakat Desa Mekarsari yang menjadikan akun fanpage facebook Desa Mekarsari Gambung sebagai acuan untuk mendapat informasi seputar Desa Mekarsari merasa terpenuhi kebutuhannya, admin yang responsif, informasi yang jelas, informasi yang mudah dipahami, dan juga informasi yang benar adanya. Dengan diberikannya hal-hal tersebut maka semakin lama masyarakat pun akan nyaman mencari informasi pada fanpage akun Desa Mekarsari karena menganggap hal itu dapat memenuhi kebutuhan informasi masyarakat setempat.

E. Analisis Hubungan *Collaboration* Media Sosial (X4) Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat (Y)

TABEL 5. HASIL PENGUJIAN KOEFISIEN KORELASI ANTARA COLLABORATION MEDIA SOSIAL (X4) DENGAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI MASYARAKAT (Y)

Korelasi Variabel (X)	Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)			Tingkat Hubungan	Keterangan
	Koefisien Korelasi	Sig. (2- tailed)	Nilai Kritis		
Collaboration	0,503	0,000	0,05	Tingkat Hubungan Kuat	H1 diterima

Sumber: Data Olah Penelitian 2021

Tabel 5 membuktikan hasil hubungan dimensi *Collaboration* dengan variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Tabel 4.24 menunjukkan nilai koefisien korelasi 0.503 berada pada 0,400-0,599. Angka tersebut dapat

diartikan bahwa dimensi *Collaboration* mempunyai tingkat hubungan yang kuat dengan variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi.

Sementara itu terdapat pula pengujian hipotesis yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yaitu nilai kritis. Hal ini menunjukkan dimensi *Collaboration* mempunyai korelasi atau hubungan yang nyata dan signifikan terhadap variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi maka dari itu sub hipotesis yang diterima yaitu:

H1: Terdapat Hubungan *Collaboration* Media Sosial (Facebook) Dalam hadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat

Merujuk pada definisi teori yang sama menurut Solis, 2010:263. *Collaboration: Working together to make things better and more efficient and effective* adalah Kerja sama antara Perusahaan dengan pengguna media sosial untuk membuat hal baik yang lebih efektif dan efisien. Untuk membuktikan definisi ini, Pemerintah Desa Mekarsari yang menggunakan media sosial facebook untuk membagikan informasi kepada masyarakat sudah baik dalam memelihara hubungan, seperti komunikasi yang terjalin antara followers dan followers akun fanpage Desa Mekarsari Gambung. Saling membalas komentar satu sama lain merupakan salah satu kegiatan yang dinamakan *connection*, admin fanpage facebook Desa Mekarsari pun membalas setiap komentar yang berasal dari followers pada beranda akun fanpage tersebut.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan antara penggunaan media sosial dengan pemenuhan kebutuhan informasi.
2. Terdapat hubungan antara context media sosial akun fanpage Desa Mekarsari Gambung dengan pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat.
3. Terdapat hubungan communication media sosial akun fanpage Desa Mekarsari Gambung dengan pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat.
4. Terdapat hubungan antara connection/connectivity media sosial akun fanpage Desa Mekarsari Gambung dengan pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat.
5. Terdapat hubungan antara collaboration media sosial akun fanpage Desa Mekarsari Gambung dengan pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat.

ACKNOWLEDGE

Segala puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya Penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan paraktik*. Jakarta:PT Rineka Cipta.
- [2] Dr. Jalalludin Rakhmat, M. D. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis RekatamaMedia.
- [3] Kemp, S. (2020, February 18). *DIGITAL 2020: INDONESIA*. Retrieved from Data Reportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>. pk. 09.50 WIB
- [4] Palapah, M.A.O. (2020). *Instagram Activation as a part of University Public Relations Social Media Orchestration*. Mediator: *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 217-232.
- [5] Solis, B. (2010). *Engage! The Complete Guide For Brands And Businesses To Build, Cultivate, And Measure Success In The New Web*. John Wiley & Sons, Inc
- [6] Wood, A. F., & Smith, M. J. (2004). *Online communication: Linking technology, identity, & culture*. Routledge..
- [7] Desfiana Muhamad Fauzi Rohimat, Karsa Satya Indra. (2021). *Hubungan Penggunaan Instagram Simamaung dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(1), 16-22