

## Hubungan Penggunaan Instagram dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Warga Dayeuhkolot Kabupaten Bandung

Ristianto\*, Rini Rinawati

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*ristianto160899@gmail.com, nierini66@gmail.com

**Abstract.** This research is entitled The Relationship between Instagram Use and Fulfilling the Information Needs of Dayeuhkolot Residents, Bandung Regency "Correlational Study of the Instagram Account @Infotidayeuhkolot". The purpose of this research is to find out how much influence the social media Instagram has on the information needs of the community, especially residents around the Dayeuhkolot area. This research uses the uses and gratifications theory, where this theory emphasizes that listeners, readers, viewers can choose and use various media options such as Instagram social media as a determinant of selecting messages and media for personal satisfaction. The description of this theory is that media is directly related to active audiences, such as Instagram social media as a provider of information that can be accessed by Instagram users. This research uses quantitative methods with a correlational approach. The population in this study were Instagram followers @infotidayeuhkolot with a sample of 51 respondents. Meanwhile, the data collection technique for this research was carried out through distributing questionnaires and observation. The results of this research are: (1) There is a positive relationship between aspects of the intensity of Instagram media use and fulfilling information needs. (2) There is a positive relationship between aspects of message content using Instagram media and fulfilling information needs. (3) There is a positive relationship between the attractiveness aspect of using Instagram media and fulfilling information needs.

**Keywords:** *Social Media, Instagram, Information Needs.*

**Abstrak.** Penelitian ini berjudul Hubungan Penggunaan Instagram Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Warga Dayeuhkolot Kabupaten Bandung "Studi Korelasional Pada Akun Instagram @Infotidayeuhkolot". Tujuan diadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari media sosial instagram terhadap kebutuhan informasi masyarakat, terutama warga di sekitar daerah Dayeuhkolot. Penelitian ini menggunakan teori uses and gratifications, dimana teori tersebut menekankan bahwa pendengar, pembaca, penonton dapat memilih dan menggunakan opsi berbagai media seperti halnya media sosial instagram sebagai penentu pemilihan pesan dan media untuk kepuasan pribadi. Gambaran teori ini media berkaitan langsung dengan khalayak aktif, seperti halnya media sosial instagram sebagai penyedia informasi yang dapat diakses oleh pengguna instagram. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah followers instagram @infotidayeuhkolot dengan sampel sebanyak 51 responden. sedangkan Teknik pengambilan data penelitian ini dilakukan melalui penyebaran angket dan observasi. Hasil dari penelitian ini adalah: (1) Terdapat hubungan positif antara aspek intensitas penggunaan media instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi. (2) Terdapat hubungan positif antara aspek isi pesan penggunaan media instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi. (3) Terdapat hubungan positif antara aspek daya tarik penggunaan media instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi.

**Kata Kunci:** *Media Sosial, Instagram, Kebutuhan Informasi.*

## A. Pendahuluan

Seperti yang kita ketahui bahwa internet dapat menghubungkan pengguna di seluruh dunia dalam suatu jaringan dimanapun dan kapanpun kita berada. Salah satu media berbasis internet yang juga menjadi sumber informasi padasaat sekarang ini adalah media sosial. Dimana media sosial menjadi salah satu media bagi masyarakat agar bisa berinteraksi satu sama yang lainnya secara digital. Di dalam media sosial kita bisa berkomunikasi secara interpersonal, kelompok, maupun publik. Media sosial juga menjadi sarana bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi dan sarana untuk eksistensi diri di dalam ruang publik digital ini. Pada saat sekarang ini media sosial semakin berkembang di masyarakat dan digunakan sebagai sarana komunikasi dan informasi oleh berbagai kalangan masyarakat dan pemerintah sekalipun.

Melalui data statistik di website wearesocial.com, menurut hasil penelitian We Are Social dan Hootsuite pada Januari 2023 data menunjukkan bahwa di Indonesia pengguna internet pada tahun 2023 mencapai 212,9 juta pengguna, dan 167 juta diantaranya merupakan pengguna media sosial yang aktif mungkin hingga saat ini. Angka yang cukup besar dimana bisa dikatakan hampir setengah lebih dari seluruh populasi di Indonesia aktif menggunakan media sosial. Masyarakat saat ini sudah mulai merambah ke media sosial, terutama di kalangan remaja yang lebih sering berkomunikasi melalui internet terutama dengan menggunakan media sosial. Dengan adanya media sosial pengguna bisa berinteraksi dan berkomunikasi secara online tanpa harus bertemu secara langsung, dan hal inilah yang menjadi media sosial lebih dipilih oleh masyarakat karena kemudahannya dalam penggunaannya itu. Media sosial yang populer dan banyak digunakan saat ini adalah Instagram. Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial yang dapat diunduh secara gratis oleh pengguna Android dan iOS, dan merupakan sebuah aplikasi untuk sharing foto, menerapkan filter digital, dan memungkinkan bagi pengguna untuk membagikannya ke pengguna lain melalui aplikasi instagram tersebut.

Fungsi media sosial tidak lepas dengan yang namanya cyberspace atau yang sering kita sebut yaitu dunia maya. Penjelasan dari Cyberspace adalah tempat dimana ia itu benar-benar tidak nyata tetapi keberadaannya dapat dirasakan oleh si pengguna cyberspace tersebut. Media sosial seperti Instagram misalnya dimana dapat menjadi tempat berbagi karya atau apapun itu dalam bentuk foto dan video, serta sebagai sarana untuk berinteraksi satu sama lain di dunia maya. Pemanfaatan Instagram sebagai media sosial ini menjadi semakin berkembang seiring berkembangnya zaman, dimana saat ini instagram menjadi media yang dapat memberikan konten kepada penggunanya berupa hiburan, promosi, bahkan branding suatu perusahaan komersil maupun nonkomersil yang cukup meyakinkan di zaman sekarang. Dalam hal ini instagram juga bisa menjadi media seperti halnya daerah-daerah tertentu untuk media informasi terhadap masyarakat mengenai daerah tertentu. Dengan begitu instagram tidak hanya akun instagram personal, perusahaan ataupun yang lainnya yang dapat memanfaatkan instagram sebagai media promosi, sekarang bahkan di beberapa daerahpun sudah ikut andil dalam hal ini, memanfaatkan instagram sebagai media informasi tentang daerah tersebut. Saat ini bahkan hampir seluruh daerah di Indonesia mungkin sebagian besar sudah mempunyai akun instagram daerahnya masing-masing, baik yang dikelola perorangan maupun oleh pemerintahan. Akun instagram daerah ini akan menjadi hal positif bagi daerah tersebut, dimana informasi melalui instagram dapat dilihat oleh pengguna instagram lain dan hal itu bisa menjadi daya tarik bagi si pengguna untuk mengunjungi daerah tersebut. Hal tersebut guna mempermudah dalam berbagi informasi kepada pengguna lain melalui instagram.

Salah satu akun daerah yang menarik di instagram adalah @infotidayehkolot (infotidayehkolot), akun ini menampilkan berbagai foto dan video yang berupa informasi mengenai daerah Dayehkolot. Akun instagram @infotidayehkolot ini salah satu dari akun yang berada di Kabupaten Bandung lainnya, seperti @infotibaleendah, @infotibanjaran, @infotisoreang dan yang lainnya. Melalui data yang penulis amati pada akun instagram @infotidayehkolot followers-nya, mencapai 104 ribu followers per tanggal 1 Juli 2023. Akun instagram @infotidayehkolot tentunya menjadi suatu media informasi yang sangat penting bagi warga Dayehkolot, dimana di instagram tersebut berisi informasi seperti aktifitas warga sekitar, aktifitas lalu lintas, kasus pencurian, dan lain sebagainya. Hal ini tentu saja akan menjadi hal yang sangat penting dimana @infotidayehkolot menjadi media sarana informasi yang

sangat penting bagi warga Dayeuhkolot. Hal inilah yang menjadi daya tarik untuk diteliti, dimana bahwa kenyataan instagram sebagai salah satu media sosial yang populer dan digunakan oleh banyak masyarakat, keberadaan akun instagram @infotidayeuhkolot yang menjadi wadah bagi warga daeyuhkolot terutama followers akun instagramnya, untuk bisa mendapatkan informasi tentang kejadian teraktual di Dayeuhkolot dan sekitarnya. Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti permasalahan tersebut dengan judul “Hubungan Penggunaan Instagram Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Warga Dayeuhkolot Kabupaten Bandung”, survey dalam penelitian ini akan dilakukan pada followers akun instagram @infotidayeuhkolot.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut “Adakah Hubungan antara Penggunaan Akun Instagram @infotidayeuhkolot dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi bagi Warga Dayeuhkolot?”

1. Apakah terdapat hubungan antara penggunaan instagram dengan kebutuhan informasi melalui intensitas penggunaan akun instagram @infotidayeuhkolot?
2. Apakah terdapat hubungan antara penggunaan instagram dengan kebutuhan informasi melalui isi pesan penggunaan akun instagram @infotidayeuhkolot?
3. Apakah terdapat hubungan antara penggunaan instagram dengan kebutuhan informasi melalui daya tarik penggunaan akun instagram @infotidayeuhkolot?

## B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu penelitian dengan mengumpulkan data-data, atau yang berupa kata atau kalimat yang telah dijadikan berbentuk angka, yang kemudian angka tersebut diolah dan dianalisis demi mendapatkan data informasi ilmiah dari hasil angka-angka tersebut. (Martono, 2016:20).

Populasi dari penelitian ini adalah followers instagram @infotidayeuhkolot, pada objek penelitian ini jumlah followers dari @infotidayeuhkolot 104.000 (data 1 Juli 2023 oleh penulis melalui pencarian di Instagram), sehingga pada penelitian ini, populasi yang digunakan yaitu seluruh jumlah followers yang berjumlah 104.000. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan random sampling. Karena penelitian ini ingin mengetahui pengaruh intensitas penggunaan akun Instagram @infotidayeuhkolot oleh karena itu sampel tidak dipilih berdasarkan strata, cluster, dan sebagainya. Maka sampel yang diteliti hanya berdasarkan followers @infotidayeuhkolot yang dipilih secara acak. Sehingga diperoleh jumlah sampel atau responden yang akan diteliti sebesar 51 orang responden.

## Operasionalisasi Variabel

Sesuai dengan perumusan masalah dan identifikasi masalah yang telah dibuat, peneliti akan menguraikan beberapa variabel yang akan diteliti dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 1.** Variabel yang akan diteliti

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Variabel X Penggunaan Media	1. Intensitas	Seberapa sering mengakses penggunaan media Instagram.	Ordinal
	2. Isi Pesan	Memuat informasi yang disajikan dalam akun Instagram berupa foto/gambar, dsb.	Ordinal
	3. Daya Tarik	Tampilan akun Instagram berupa visual, foto/gambar, huruf, dsb.	Ordinal

Variabel Y Pemenuhan Kebutuhan Informasi	1. Kebutuhan kognitif	<p>a. Mengetahui, pengetahuan followers @infotidayehkolot mengenai informasi daerah Dayeuhkolot.</p> <p>b. Memahami, pengetahuan followers @infotidayehkolot mengenai informasi daerah Dayeuhkolot.</p> <p>c. Menganalisis, pengetahuan followers @infotidayehkolot mengenai informasi daerah Dayeuhkolot.</p> <p>d. Mengevaluasi, pengetahuan followers @infotidayehkolot mengenai informasi daerah Dayeuhkolot.</p>	Ordinal
	2. Kebutuhan afektif	<p>a. Kesukaan followers @infotidayehkolot terhadap postingan di instagram.</p> <p>b. Timbulnya rasa senang setelah mendapat informasi di instagram @infotidaeyuhkolot.</p>	Ordinal
	3. Kebutuhan integrasi personal	<p>a. Followers memiliki kebutuhan terhadap informasi yang disajikan di instagram @infotidayehkolot.</p> <p>b. Menjadikan akun instagram @infotidayehkolot sebagai sumber untuk memperbaharui informasi.</p>	Ordinal
	4. Kebutuhan integrasi sosial	<p>a. Informasi pada akun instagram @infotidayehkolot dijadikan sebagai bahan untuk berbincang dengan orang lain.</p> <p>b. Menyebarkan informasi yang diperoleh di instagram @infotidayehkolot.</p>	Ordinal

	5. Kebutuhan pelepasan	a. Hiburan yang didapat ketika mengakses informasi di instagram @infotidayeuhkolot. b. Mengakses informasi di instagram @infotidayeuhkolot untuk mengisi luang waktu.	Ordinal
--	------------------------	--	---------

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### Hubungan Antara Penggunaan Instagram (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara penggunaan instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1.

**Tabel 2.** Hubungan Antara Penggunaan Media Instagram (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Variabel	$r_s$	$t_{hitung}$	$T_{tabel}$	Keputusan	Derajat Keeratan	Koefiseien Determinasi
X dan Y	0,856	11.611	1,676	H1 Diterima	Sangat Kuat	72.8 %

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2024.

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa besarnya hubungan antara penggunaan media instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi adalah 0.856. Hubungan ini termasuk kategori sangat kua. Hasil pengujian dengan statistik didapat nilai  $t_{hitung}$  (11.611) >  $t_{tabel}$  (1.676). Hal tersebut menyatakan  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara penggunaan media instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi. Koefisiensi determinasi yang didapat dari hasil perhitungan adalah 72.8%. Hal ini memberikan pengertian bahwa kebubtuhan informasi dipengaruhi oleh variabel penggunaan media instagram sebesar 72.8%.

Kebutuhan informasi dalam penelitian ini meliputi kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial, dan kebutuhan pelepasan.

Hasil dari penelitian terlihat bahwa terdapat hubungan antara pengguna media instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi. Akun instagram @infotidayeuhkolot berupaya memberikan konten-konten berupa informasi yang akan berguna bagi warga Dayeuhkolot, seperti terlibatnya *followers* dalam mengakses informasi, memberikan komentar terhadap akun insatagram @infotidayeuhkolot. Melalui feeds instagram tersebut maka terciptalah interaksi antar *followers* @infotidayeuhkolot.

### D. Kesimpulan

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

1. Adanya hubungan yang signifikan antara Penggunaan Media Instagram dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Berdasarkan hasil penelitian terdapat nilai pearson correlations yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel penggunaan media instagram dengan kebutuhan informasi adalah sebesar 0,856. Angka tersebut berada diantara 0,600 – 0,999 dengan kata lain kedua variabel tersebut mendapati hubungan yang sangat kuat. Maka dari itu, pengujian tersebut menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  Diterima.

2. Adanya hubungan yang signifikan antara intensitas dengan kebutuhan kognitif dalam unggahan instagram @infotodayeuhkolot. Adanya hubungan antara dimensi intensitas dengan dimensi kebutuhan kognitif. Nilai pearson correlate analisis ini menunjukkan angka 0,445 yang berada diantara 0,400 – 0,599. Angka tersebut mengartikan bahwa dimensi Kredibel (Credible) ini memiliki hubungan yang kuat. Sub hipotesis yang diterima adalah H1 diterima.
3. Adanya hubungan yang signifikan antara intensitas dengan dimensi kebutuhan afektif. Kedua dimensi ini memiliki nilai pearson correlations sebesar 0,389 yang berada diantara 0,200 – 0,399. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa dimensi intensitas dengan kebutuhan afektif yakni memiliki hubungan yang sedang. Melalui tabel tersebut, maka didapatkan hasil bahwa sub hipotesis yang diterima adalah H1 diterima.
4. Terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas dengan dimensi kebutuhan integrasi personal. Kedua dimensi ini memiliki nilai pearson correlations sebesar 0,370 yang berada diantara 0,200 – 0,399. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa dimensi intensitas dengan kebutuhan integrasi personal yakni memiliki hubungan yang sedang. Melalui tabel tersebut, maka didapatkan hasil bahwa sub hipotesis yang diterima adalah H0 diterima.
5. Terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas dengan dimensi kebutuhan integrasi sosial. Kedua dimensi ini memiliki nilai pearson correlations sebesar 0,361 yang berada diantara 0,200 – 0,399. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa dimensi intensitas dengan kebutuhan integrasi sosial yakni memiliki hubungan yang sedang. Melalui tabel tersebut, maka didapatkan hasil bahwa sub hipotesis yang diterima adalah H0 diterima.
6. Adanya hubungan yang signifikan antara intensitas dengan dimensi kebutuhan pelepasan. Kedua dimensi ini memiliki nilai pearson correlations sebesar 0,440 yang berada diantara 0,400 – 0,599. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa dimensi intensitas dengan kebutuhan pelepasan yakni memiliki hubungan yang kuat. Melalui tabel tersebut, maka didapatkan hasil bahwa sub hipotesis yang diterima adalah H1 diterima.
7. Adanya hubungan yang signifikan antara isi pesan dengan dimensi kebutuhan kognitif. Kedua dimensi ini memiliki nilai pearson correlations sebesar 0,639 yang berada diantara 0,600 – 0,999. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa dimensi isi pesan dengan kebutuhan kognitif yakni memiliki hubungan yang sangat kuat. Melalui tabel tersebut, maka didapatkan hasil bahwa sub hipotesis yang diterima adalah H1 diterima.
8. Adanya hubungan yang signifikan antara isi pesan dengan dimensi kebutuhan afektif. Kedua dimensi ini memiliki nilai pearson correlations sebesar 0,702 yang berada diantara 0,600 – 0,999. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa dimensi isi pesan dengan kebutuhan afektif yakni memiliki hubungan yang sangat kuat. Melalui tabel tersebut, maka didapatkan hasil bahwa sub hipotesis yang diterima adalah H1 diterima.
9. Adanya hubungan yang signifikan antara isi pesan dengan dimensi kebutuhan integrasi personal. Kedua dimensi ini memiliki nilai pearson correlations sebesar 0,725 yang berada diantara 0,600 – 0,999. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa dimensi isi pesan dengan kebutuhan integrasi personal yakni memiliki hubungan yang sangat kuat. Melalui tabel tersebut, maka didapatkan hasil bahwa sub hipotesis yang diterima adalah H1 diterima.
10. Adanya hubungan yang signifikan antara isi pesan dengan dimensi kebutuhan integrasi sosial. Kedua dimensi ini memiliki nilai pearson correlations sebesar 0,569 yang berada diantara 0,600 – 0,999. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa dimensi isi pesan dengan kebutuhan integrasi sosial yakni memiliki hubungan yang kuat. Melalui tabel tersebut, maka didapatkan hasil bahwa sub hipotesis yang diterima adalah H1 diterima.
11. Adanya hubungan yang signifikan antara isi pesan dengan dimensi kebutuhan pelepasan. Kedua dimensi ini memiliki nilai pearson correlations sebesar 0,545 yang berada diantara 0,400 – 0,599. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa dimensi isi pesan dengan kebutuhan pelepasan yakni memiliki hubungan yang kuat. Melalui tabel tersebut, maka didapatkan hasil bahwa sub hipotesis yang diterima adalah H1 diterima.

12. Adanya hubungan yang signifikan antara daya tarik dengan dimensi kebutuhan kognitif. Kedua dimensi ini memiliki nilai pearson correlations sebesar 0,498 yang berada diantara 0,400 – 0,599. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa dimensi daya tarik dengan kebutuhan kognitif yakni memiliki hubungan yang kuat. Melalui tabel tersebut, maka didapatkan hasil bahwa sub hipotesis yang diterima adalah H1 diterima.
13. Adanya hubungan yang signifikan antara daya tarik dengan dimensi kebutuhan afektif. Kedua dimensi ini memiliki nilai pearson correlations sebesar 0,596 yang berada diantara 0,400 – 0,599. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa dimensi daya tarik dengan kebutuhan afektif yakni memiliki hubungan yang kuat. Melalui tabel tersebut, maka didapatkan hasil bahwa sub hipotesis yang diterima adalah H1 diterima.
14. Adanya hubungan yang signifikan antara daya tarik dengan dimensi kebutuhan integrasi personal. Kedua dimensi ini memiliki nilai pearson correlations sebesar 0,656 yang berada diantara 0,600 – 0,999. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa dimensi daya tarik dengan kebutuhan integrasi personal yakni memiliki hubungan yang sangat kuat. Melalui tabel tersebut, maka didapatkan hasil bahwa sub hipotesis yang diterima adalah H1 diterima.
15. Adanya hubungan yang signifikan antara daya tarik dengan dimensi kebutuhan integrasi sosial. Kedua dimensi ini memiliki nilai pearson correlations sebesar 0,583 yang berada diantara 0,400 – 0,599. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa dimensi daya tarik dengan kebutuhan integrasi sosial yakni memiliki hubungan yang kuat. Melalui tabel tersebut, maka didapatkan hasil bahwa sub hipotesis yang diterima adalah H1 diterima.
16. Adanya hubungan yang signifikan antara daya tarik dengan dimensi kebutuhan pelepasan. Kedua dimensi ini memiliki nilai pearson correlations sebesar 0,597 yang berada diantara 0,400 – 0,599. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa dimensi daya tarik dengan kebutuhan pelepasan yakni memiliki hubungan yang kuat. Melalui tabel tersebut, maka didapatkan hasil bahwa sub hipotesis yang diterima adalah H1 diterima.

#### **Daftar Pustaka**

- [1] Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung Simbiosis Rekatama Media.
- [2] Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita
- [3] Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.