

Hubungan Penyajian Informasi Pembangunan Infrastruktur dengan Perilaku Pencarian Informasi *Followers*

Yudha Ari Azhar*, Anne Ratna Sari

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

*azharri178@gmail.com, anneratnasari10@gmail.com

Abstract. Information search behavior that changes with the changing times with the media that continues to grow. The isntagram account @dsdadbmkotabdg be an option in obtaining information on the infrastructure development of Bandung City. The purpose of this study was to determine the relationship between the presentation of information in the type of information, the attractiveness of information, and the style of messages on @dsdadbmkotabdg Instagram account with the behavior of information seekers followers of infrastructure development in the city of Bandung. The theory used in this study is the Theory of Information Integration. This study used quantitative research methods, with a correlational approach. Data collection by distributing questionnaires to respondents. The population in this study is 1.153 followers of @dsdadbmkotabdg Instagram accounts who liked Instagram posts in February 2023. From calculations using the Slovin formula, the number of samples that must be taken in this study is 93 respondents. The result of this study is that there is a strong relationship between the presentation of information on the development, maintenance, and inauguration of infrastructure with information seeking behavior.

Keywords: *Presentation Of Information, Infrastructure Development, Behavior Of Follower Information Seekers.*

Abstrak. Perilaku pencarian informasi yang berubah-ubah seiring perubahan zaman dengan media yang terus berkembang. Akun isntagram @dsdadbmkotabdg menjadi pilihan dalam mendapatkan informasi pembangunan, pemeliharaan, dan peresmian infrastruktur Kota Bandung. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan penyajian informasi dalam jenis informasi, daya tarik informasi, dan gaya pesan pada akun Instagram @dsdadbmkotabdg dengan perilaku pencari informasi followers. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teori new media. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan pendekatan korelasional. Pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah followers akun Instagram @dsdadbmkotabdg sebanyak 1.153 yang menyukai postingan instagram pada Februari 2023 . Dari perhitungan menggunakan rumus Slovin maka jumlah sampel yang harus diambil dalam penelitian ini sebanyak 93 responden. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan yang sangat kuat antara penyajian informasi pembangunan, pemeliharaan, dan peresmian infrastruktur dengan perilaku pencarian informasi followers.

Kata Kunci: *Penyajian Informasi, Pembangunan Infrastruktur, Perilaku Pencari Infomasi Followers.*

A. Pendahuluan

Pemerintah Kota Bandung Melalui Dinas Sumber Daya Air dan Bina Marga menempatkan pembangunan infrastruktur, termasuk didalamnya bidang kebinamargaan dan sumberdaya air, menjadi salah satu prioritas pembangunan. Dinas Sumber Daya Air dan Bina Marga yang semula bernama Dinas Pekerjaan Umum berubah melalui Rencana Strategis (Renstra) Kota Bandung. Pengerjaan pembangunan infrastruktur mengenai bidang bina marga dan sumber daya air (DPU Kota Bandung, 2023). Dinas Pekerjaan Umum Kota Bandung bertugas membangun dan memelihara infrastruktur kota, khususnya di bidang kebinamargaan dan saluran air. Kota Bandung dengan luas 16.729,65 Ha membutuhkan badan pemerintahan untuk melakukan pembangunan dan pemeliharaan infrastruktur dalam kebinamargaan dan sumber daya air.

Pembangunan infrastruktur merupakan hal penting dalam meningkatkan perekonomian suatu daerah. Bidang Bina Marga merupakan tugas dari Dinas Sumber Daya Air dan Bina Marga. Pekerjaan yang dilakukan berupa pembangunan infrastruktur dan pemeliharaan seperti pembuatan jembatan, perbaikan jalan, pembangunan ruang publik, ruang edukasi, trotoar, dll. Pemeliharaan dan pembangunan oleh Dinas Sumber Daya Air dan Bina Marga Kota Bandung, informasi tersebut disajikan melalui media sosial Instagram dengan akun @dsdabmkotabdg. Visualisasi penyajian Informasi yang dibagikan kepada followers berupa gambar, dan teks digabungkan menjadi video pendek ditambah background yang tengah trending lalu diunggah melalui fitur reels Instagram serta foto-foto pemeliharaan jalan, trotoar, dan saluran air diunggah melalui fitur *feeds* Instagram.

Berdasarkan Uraian pendahuluan di atas, maka dalam penelitian ini dapat merumuskan masalah sebagai berikut “Apakah terdapat hubungan penyajian informasi pembangunan infrastruktur dengan perilaku pencarian informasi?”. Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui hubungan jenis informasi dengan perilaku pencarian informasi followers.
2. Untuk mengetahui hubungan daya tarik informasi dengan perilaku pencarian informasi followers.
3. Untuk mengetahui hubungan gaya pesan dengan perilaku pencarian informasi followers.

B. Metodologi Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan penyajian informasi dalam jenis informasi, daya tarik informasi, dan gaya pesan pada akun Instagram @dsdadbmkotabdg dengan perilaku pencari informasi followers. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teori new media. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan pendekatan korelasional. Pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah followers akun Instagram @dsdabmkotabdg sebanyak 1.153 yang menyukai postingan instagram pada Februari 2023 . Dari perhitungan menggunakan rumus Slovin maka jumlah sampel yang harus diambil dalam penelitian ini sebanyak 93 responden. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan yang sangat kuat antara penyajian informasi pembangunan, pemeliharaan, dan peresmian infrastruktur dengan perilaku pencarian informasi followers.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hubungan Variabel Penyajian Informasi (X) dengan Perilaku Pencarian Informasi (Y)

Dalam Penelitian ini penyajian informasi yang digunakan adalah jenis informasi, daya

tarik informasi, dan gaya pesan. Penulis memberikan kuesioner kepada responden untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan.

Berdasarkan hasil olah uji statistic dalam aplikasi SPSS versi 25 melalui analisis data korelasi bivariat, hubungan penyajian informasi pembangunan dengan perilaku pencarian informasi *followers*

Tabel 1. Nilai Korelasi Hubungan antara Penyajian Informasi Pembangunan dengan Perilaku Pencarian Informasi *Followers*

Correlations

			Penyajian Informasi	Perilaku Pencarian Informasi
Spearman's rho	Penyajian Informasi	Correlation Coefficient	1.000	.965**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	93	93
	Perilaku Pencarian Informasi	Correlation Coefficient	.965**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	93	93

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel diatas hasilnya terlihat bahwa nilai *rank spearman* yang didapat adalah sebesar 0,965. Mengacu pada pedoman interpretasi angka tersebut masuk di 0,600-0,999. Artinya, dapat dikatakan bahwa hasil ini menunjukkan tingkat hubungan yang sangat kuat antara variabel X yaitu Penyajian Informasi dengan variabel Y Perilaku Pencarian Informasi *followers*. Artinya kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang sangat kuat.

Hubungan Variabel Jenis Informasi (X1) dengan Perilaku Pencarian Informasi (Y)

Tabel 2. Nilai Korelasi antara Hubungan Variabel Jenis Informasi (X1) dengan Perilaku Pencarian Informasi (Y)

Correlations

			Jenis Informasi (X1)	Perilaku Pencarian Informasi (Y)
Spearman's rho	Jenis Informasi (X1)	Correlation Coefficient	1.000	.909**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	93	93
	Perilaku Pencarian Informasi (Y)	Correlation Coefficient	.909**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	93	93

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel di atas hasilnya terlihat bahwa nilai *rank spearman* yang didapat adalah sebesar 0,909. Mengacu pada pedoman interpretasi angka tersebut masuk di 0,600-0,999. Artinya, dapat dikatakan bahwa hasil ini menunjukkan tingkat hubungan yang sangat kuat antara variabel X1 yaitu Jenis Informasi dari Instagram @dsdabmkotabd dengan variabel Y Perilaku Pencarian Informasi *followers*.

Hubungan Variabel Daya Tarik Informasi (X2) dengan Perilaku Pencarian Informasi (Y)

Tabel 3. Hubungan Variabel Daya Tarik Informasi (X2) dengan Perilaku Pencarian Informasi (Y)

Correlations

			Daya Tarik Informasi (X2)	Perilaku Pencarian Informasi (Y)
Spearman's rho	Daya Tarik Informasi (X2)	Correlation Coefficient	1.000	.921**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	93	93
	Perilaku Pencarian Informasi (Y)	Correlation Coefficient	.921**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	93	93

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel di atas hasilnya terlihat bahwa nilai *rank spearman* yang didapat adalah sebesar 0,921. Mengacu pada pedoman interpretasi angka tersebut masuk di 0,600-0,999. Artinya, dapat dikatakan bahwa hasil ini menunjukkan tingkat hubungan yang sangat kuat antara variabel X2 yaitu Daya Tarik Informasi dari Instagram @dsdabmkotabdg dengan variabel Y Perilaku Pencarian Informasi *followers*.

Hubungan Variabel Gaya Pesan (X3) dengan Perilaku Pencarian Informasi (Y)

Tabel 4. Hubungan Variabel Gaya Pesan (X3) dengan Perilaku Pencarian Informasi (Y)

Correlations

			Gaya Pesan (X3)	Perilaku Pencarian Informasi (Y)
Spearman's rho	Gaya Pesan (X3)	Correlation Coefficient	1.000	.917**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	93	93
	Perilaku Pencarian Informasi (Y)	Correlation Coefficient	.917**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	93	93

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel di atas hasilnya terlihat bahwa nilai *rank spearman* yang didapat adalah sebesar 0,917. Mengacu pada pedoman interpretasi angka tersebut masuk di 0,600-0,999. Artinya, dapat dikatakan bahwa hasil ini menunjukkan tingkat hubungan yang sangat kuat antara variabel X3 yaitu Gaya Pesan dari Instagram @dsdabmkotabdg dengan variabel Y Perilaku Pencarian Informasi *followers*.

D. Kesimpulan

Dari hasil analisa penelitian yang sudah kerjakan dan dijelaskan pada bab di atas, oleh karena itu peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel jenis informasi (X₁) berhubungan signifikan dengan variabel perilaku pencarian informasi (Y). Dengan koefisien korelasi sebesar 0,909 bahwa terdapat tingkat sangat kuat antara jenis informasi dengan perilaku pencarian informasi. Dengan begitu penyajian informasi yang dilakukan oleh @dsdabmkotabdg pada dimensi jenis informasi terdapat hubungan dengan perilaku pencarian informasi *followers*. Jenis informasi dengan format penyajian berupa tulisan, foto, dan video serta informasi yang mencantumkan lokasi kejadian yang sedang berlangsung memberikan kejelasan mengenai informasi infrastruktur perihal peresmian, pembangunan, dan pemeliharaan di Kota Bandung.
2. Variabel daya tarik informasi (X₂) berhubungan signifikan dengan variabel perilaku pencarian informasi (Y). Dengan koefisien korelasi sebesar 0,921 bahwa terdapat tingkat sangat kuat antara daya tarik informasi dengan perilaku pencarian informasi. Dengan begitu penyajian informasi yang dilakukan oleh @dsdabmkotabdg pada dimensi daya tarik informasi terdapat hubungan dengan perilaku pencarian informasi *followers*. Daya tarik informasi dengan

akurasi informasi yang menjelaskan sesuai peristiwa yang terjadi dan sesuai fakta serta informasi yang relevan dengan menjelaskan sesuai tugas yang dilaksanakan dan sesuai tanggung jawab kerja pada intastgram @dsdabmkotabdg memberikan kepercayaan kepada masyarakat mengenai informasi infrastruktur yang dihadirkan.

3. Variabel gaya pesan (X_3) berhubungan signifikan dengan variabel perilaku pencarian informasi (Y). Dengan koefisien korelasi sebesar 0,917 bahwa terdapat tingkat sangat kuat antara gaya pesan dengan perilaku pencarian informasi. Dengan begitu penyajian informasi yang dilakukan oleh @dsdabmkotabdg pada dimensi daya tarik informasi terdapat hubungan dengan perilaku pencarian informasi followers. Gaya pesan terbukti memiliki hubungan dengan perilaku pencarian informasi secara positif dan signifikan. Hasil penelitian terkait gaya pesan Instagram Dinas Sumber Daya Air dan Bina Marga Kota Bandung seperti kesederhanaan pesan, repetisi pesan, dan gaya bahasa memudahkan dalam penyampaian dan memahami isi pesan yang disampaikan melalui media sosial instagram.

Daftar Pustaka

- [1] Ayesha, I. dan dkk. (2022). DIGITAL MARKETING (TINJAUAN KONSEPTUAL) (R. Wujarso (ed.)). PT.GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- [2] Byan MFA, S., Ratnasari Prodi Manajemen Komunikasi, A., & Ilmu Komunikasi, F. (n.d.). Prosiding Manajemen Komunikasi Hubungan antara Kualitas Informasi Tentang Covid-19 dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. 31–34. <http://dx.doi.org/10.29313/v7i1.25167>
- [3] DPU Kota Bandung. (2023). Rencana Strategis 2018-2023 Dinas Pekerjaan Umum Kota Bandung.
- [4] Ratnasari, A. (2007). Pengaruh Komunikasi Antarpribadi Bermedia Internet terhadap Persahabatan Mahasiswa di Dunia Maya. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 8(1), 165–182. <https://doi.org/10.29313/mediator.v8i1.1236>
- [5] Ratnasari, A. (2008). Internet sebagai Media Penunjang Studi Mahasiswa. *Mimbar*, 14(1), 13–27.
- [6] Tan, A. S. (1981). *Mass Communication Theories and Research*. Ohio: Columbus: Grid Publishing.
- [7] Tella, A. (2016). *Information Seeking Behavior and Challenges in Digital Libraries*. United States Of America: Information Science Reference.
- [8] Trian, P. (2020). Model Pembelajaran Berbasis Masalah (Problem Based Learning) (Guepedia (ed.)). Guepedia.
- [9] Yulianti & Fajrullah. (2021). Fungsi Media Sosial dan Penyajian Informasi Terkait Pandemi Covid-19. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 7, 1–6. <https://doi.org/10.29313/v7i1.24756>