

Hubungan antara Penggunaan Akun Instagram @Sukabumi_ sebagai Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Muhamad Romzi Hamdika*, Dadi Ahmadi

Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi,
Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*romzihmdk@gmail.com, dadi.ahmadi@gmail.com

Abstract. Social Media promoted by the Instagram account @sukabumi_ which is engaged in information that includes in the city and district of Sukabumi. @sukabumi_ has provided a lot of information in all fields ranging from a tour with its natural beauty, the field of information in a factual news, the field of information about an address place in the city or district of Sukabumi, the field of sports facilities, and the field of information about job vacancies. After knowing the various information contained in the @sukabumi_ Instagram account, it is possible that followers of the @sukabumi_ Instagram account will gain knowledge and be able to meet the information needs of followers. The purpose of this study was to determine the relationship between the use of the @sukabumi_ Instagram account and the fulfillment of information needs for followers. The research method used in this study is quantitative with a correlational study approach. The data obtained were analyzed using validity tests, reliability tests. The results show that it can be stated that there is a relationship between the use of the @sukabumi_ Instagram account and the fulfillment of information needs. This is evidenced by the influence of Instagram on meeting the information needs of its followers, especially information about the @sukabumi_ Instagram account post.

Keywords: *New Media, Social Media, Instagram, Followers, Information needs.*

Abstrak. Media Sosial yang dipromosikan oleh akun Instagram @sukabumi_ yang bergerak di bidang informasi yang mencakup dalam di kota dan kabupaten sukabumi. @sukabumi_ telah memberikan banyak informasi dalam semua bidang mulai dari sebuah wisata dengan keindahan alamnya, bidang informasi dalam sebuah berita yang faktual, bidang informasi tentang sebuah tempat alamat yang ada di kota atau kabupaten sukabumi, bidang sarana olahraga, dan bidang informasi seputar lowongan pekerjaan. Setelah mengetahui berbagai informasi yang ada dalam akun Instagram @sukabumi_ tidak menutup kemungkinan followers akun Instagram @sukabumi_ akan mendapatkan pengetahuan dan dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi followers. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Hubungan Antara Penggunaan Akun Instagram @sukabumi_ Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi bagi Followers. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan Studi Korelasional.. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas. Hasil penelitian menunjukkan Dapat dinyatakan bahwa terdapat hubungan antara penggunaan akun Instagram @sukabumi_ dengan pemenuhan kebutuhan informasi. Hal ini dibuktikan dengan adanya pengaruh instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi followersnya, khususnya informasi mengenai postingan akun Instagram @sukabumi_.

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

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi internet yang melancarkan masyarakat untuk melakukan hubungan jarak jauh dan mendapatkan suatu informasi dengan mudah dan cepat. Banyak orang atau individu yang menggunakan internet dalam kesehariannya, baik sebagai sarana untuk mencari informasi, berkomunikasi dan juga sarana untuk mendapatkan penghasilan. Salah satu teknologi internet yang berkembang pesat saat ini adalah media sosial. (Nurchayani, 2018)

Keberadaan Internet sebagai new media memiliki kelebihan dalam menyajikan berbagai informasi secara aktual. Fitur-fitur dalam internet yang disebut jejaring sosial seperti Blog, Facebook, Twitter, Skype dan social network lainnya yang diberikan oleh internet membuat penggunanya dapat memilih dengan cara apa berkomunikasi dan men-share informasi. Menurut ardianto dkk (2007:151) mengungkapkan bahwa “internet dihuni oleh jutaan orang nonteknik yang menggunakannya setiap hari untuk berkomunikasi dan mencari informasi.” (Qashmal, Zaim dan Ahmadi, 2015)

Instagram adalah salah satu media berbentuk sebuah aplikasi dari smartphone sebagai sarana penyebaran informasi dengan berupa gambar atau video. (Atmoko, 2012). Menurut hasil survei WeAreSocial, Instagram merupakan Platform media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak ke tujuh di dunia. Total pengguna Instagram di dunia mencapai angka 928 juta pada Januari 2020 yang lebih lengkapnya dapat dilihat pada gambar 1.

Lahirnya media sosial Instagram ini menjadi penghubung komunikasi jarak jauh sehingga memudahkan generasi milenial dalam melakukan komunikasi dengan siapapun. Apalagi sebagai sesama manusia tentu selalu memerlukan adanya proses suatu hubungan yang positif. Salah satu alasan generasi milenial menjadikan media sosial sebagai alat berkomunikasi adalah untuk mendapatkan bersosialisasi dengan individu dan kelompok lainnya tanpa perlu menunggu untuk bertemu hanya untuk saling berkomunikasi. Dengan begitu, untuk ada nya media sosial ini terdapat melancarkan generasi milenial untuk berkomunikasi disetiap hari.



Gambar 1. Rangkuman Pengunjung Instagram, Januari Tahun 2020

Sumber: WeAreSocial

Berkembangnya Informasi saat ini berkembang pesat melalui informasi dan promosi media komunikasi yang ada yaitu Instagram. Media Informasi saat ini menggunakan Branding melalui media informasi yang memudahkan dalam menyebarluaskan informasi yang terkait. Media sosial Instagram mempermudah segala informasi yang aktual, membagikan konten hiburan sarana informatif untuk membagikan berbagai konten terbaru dan meningkatkan Brand Awareness disetiap pengguna akun Instagram.

Di era modern ini media sosial instagram dijadikan Branding tools untuk mempromosikan berbagai macam hal. Seperti hal yang dilakukan oleh akun media sosial instagram @sukabumi_ adalah bagian divisi dari Perusahaan Swasta milik infosmi yang bergerak di bidang Social Digital Marketing melalui media online Instagram. Infosmi atau kerap dikenal dengan info sukabumi adalah sebuah media yang membawa berita informasi yang terjadi di Sukabumi.

Dalam perjalanannya, Infosmi telah melalui berbagai macam perubahan yang terjadi. Dari yang pada awalnya berfokus untuk memuat konten dari bidang pariwisata, hingga akhirnya saat ini memperluas jangkauan dan memuat konten dari berbagai bidang. Untuk mendukung perluasan bidang tersebut, Infosmi telah memiliki beberapa akun Instagram yang bergerak di bidang promosi dan informasi yaitu @sukabumi_, @sukabumifoodies, @sukabumitoday,

@evenstsukabumi dan @sukabumi_utara.

Beberapa gambar tersebut melihat adanya bahwa Akun Instagram infosmi menyediakan berbagai macam konten, inspirasi dan informasi dalam beberapa bidang yaitu pariwisata, kuliner, info kota, acara, lowongan pekerjaan, kelompok atau organisasi dan public figure yang terkenal yang ada di Sukabumi.

Mengingat beberapa individu memasuki zaman modern saat ini mendekati tidak mengerti tentang media. Hingga media dengan berbagai konten yang selalu datang sebagai kehidupan. Seiring berkembangnya jaman, kehadiran media semakin beragam dan berkembang. Awalnya komunikasi dalam media berjalan hanya satu arah, dalam arti penikmat media hanya bisa menikmati konten yang disajikan sumber media. Namun dengan sejalan berkembangnya jaman, orang baru sebagai penikmat media tidak lagi hanya bisa menikmati konten dari media yang terpapar, namun sudah dapat mengikuti alur sertua mengisi kekosongan konten dimedia tersebut. Muncul dan perkembangan internet membawa cara hubungan baru di suatu kelompok pada masyarakat. Media sosial datang dan mengubah paradigma berinteraksi di masyarakat saat ini sebagai alat informasi.

Tidak hanya itu, Komunikasi dalam media sosial saat ini kerap dijadikan suatu alat informasi dan interaksi dalam media online, melalui berbagai aktivitas seperti dalam jejaring sosial media yaitu Instagram berupa macam-macam fitur informasi yang bisa diakses dengan melakukan daya tarik disetiap penggunaanya dan mempunyai manfaat menciptakan suatu Branding dalam setiap pengguna akun-nya untuk memenuhi kebutuhan masing-masing.

Keberadaan kebutuhan informasi, followers Instagram @sukabumi_ tentu saja mencari dan mendapatkan aspek informasi yang sesuai kebutuhannya. Dengan keberadaan akun instagram ini, masyarakat bisa mengetahui dan mendapatkan informasi apapun yang sedang terjadi di Kota Sukabumi dengan sangat mudah. Karena saat ini akun Instagram tersebut khusus mengunggah foto dan video dan berbagai macam promosi dan isi informasi berita tentang apa yang sedang terjadi di Kota Sukabumi ini dengan berupa informasi dalam kepercayaan dan pengetahuan, informasi dalam hiburan, informasi dengan meningkatkan suatu kepuasan nilai yang ada di akun Instagram tersebut, informasi berupa berkaitan dengan usaha-usaha di lingkungan sosial.

Setelah adanya fenomena informasi yang dilakukan oleh akun Instagram @sukabumi_ kemudian mengemasnya dalam bentuk gambar, teks kalimat dan video yang tersaji menarik, penting, lengkap dan akurat. Kemampuan ini juga telah menjadikan akun Instagram @sukabumi_ sebagai kebutuhan masyarakat untuk memberi, merasakan dan mendapatkan beragam informasi peristiwa lokal, seperti informasi public figure, dan peristiwa penting lainnya. Selain kuat dengan akun promosi sekitar Sukabumi, akun Instagram @sukabumi_ juga memiliki kemampuan untuk menghadirkan sumber informasi aktual dengan kategori bermacam-macam untuk mendapatkan konfirmasi suatu informasi tertentu. Dengan adanya akun Instagram @sukabumi_ ini tentunya diharapkan akan memenuhi kebutuhan informasi bagi followers @sukabumi_.

B. Metodologi Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian Hubungan Penggunaan Akun Instagram @sukabumi_ dengan pemenuhan kebutuhan informasi adalah pendekatan kuantitatif dengan pendetan studi korelasional. Penelitian korelasi bertujuan untuk menentukan ada tidaknya hubungan, dan seberapa jauh suatu hubungan ada antara dua variabel (yang dapat diukur) atau lebih. (Di et al., 2019). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan adalah Angket, Studi Kepustakaan dan Internet. Populasi dalam penelitian ini adalah Followers akun Instagram @sukabumi_ dengan sampel 100 followers Instagram @sukabumi_. Jumlah tersebut kemudian di olah menggunakan Teknik Slovin, peneliti menggunakan batasan toleransi kesalahan 0,1 atau 10%.

Lalu Peneliti menggunakan Teknik korelasi Rank Spearman karena peneliti ingin mencari tahu apakah terdapat hubungan dan kekuatan antar variabel. Sementara itu skala pengukuran yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan skala likert yang merupakan suatu pengukuran dengan skala ordinal. (Budiastuti & Bandur, 2013). peneliti melakukan uji validitas

untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur yang didapatkan dengan hasil data dan uji reliabilitas untuk menunjukan sejauhmana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.(Sandu, S. M, 2015)

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis Inferensial antara Penggunaan akun Instagram (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Tabel 1. Hubungan antara Penggunaan akun Instagram @sukabumi_ (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Variabel	R_s	t_{hitung}	$T_{(0,05;98)}$	Kesimpulan	Tingkat Keeratan
Penggunaan akun Instagram @sukabumi_ dengan pemenuhan kebutuhan informasi	0,697	12,811	1,984	H_0 ditolak	Hubungan antara yang cukup berarti

Sumber: Pengolahan Data

Pada tabel diatas dapat dilihat koefisien korelasi Rank Spearman (r_s) adalah sebesar 0,697. Hasil uji signifikansi diperoleh nilai t hitung sebesar 12,811 dan nilai t tabel dengan $df = 98$ dan $\alpha = 0,05$ dengan 1,984 maka dapat dilihat bahwa t hitung ($12,811 > t$ tabel ($1,984$)) sehingga hasilnya H_1 diterima.

Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa “Terdapat hubungan antara Penggunaan akun Instagram @sukabumi_ dengan pemenuhan kebutuhan informasi”. Jika dilihat dalam kriteria Guildford, koefisien korelasi sebesar 0,697 yang berada pada kriteria $> 0.4 - 0.7$. Hal tersebut memiliki arti bahwa Penggunaan akun Instagram @sukabumi_ (X) dengan Pemenuhan kebutuhan informasi (Y) memiliki tingkat keeratan Hubungan antara yang cukup berarti.

Analisis Inferensial antara penggunaan akun instagram @sukabumi_ (X) sebagai pemenuhan kebutuhan informasi bagi followers (Y) Analisis Inferensial antara penggunaan akun instagram @sukabumi_ (X) sebagai pemenuhan kebutuhan informasi bagi followers

1. Analisis Inferensial antara Penggunaan akun Instagram @sukabumi_ (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kognitif bagi followers (Y1)

Tabel 2. Hubungan antara Penggunaan akun Instagram bagi followers (X) dengan pemenuhan kebutuhan informasi kognitif (Y1)

Variabel	R_s	t_{hitung}	$t_{(0,05;98)}$	Kesimpulan	Tingkat Keeratan
Penggunaan akun Instagram @sukabumi_ bagi followers dengan pemenuhan kebutuhan informasi kognitif	0,718	14,558	1,984	H_0 ditolak	Hubungan antara yang tinggi

Sumber: Pengolahan data

Pada tabel diatas dapat dilihat koefisien korelasi Rank Spearman (r_s) adalah sebesar 0,718. Hasil uji signifikansi diperoleh nilai t hitung sebesar 14.558 dan nilai t tabel dengan $df = 98$ dan $\alpha = 0,05$ dengan 1,984 maka dapat dilihat bahwa t hitung ($14,558 > t$ tabel ($1,984$)) sehingga hasilnya H_0 diterima.

Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa “Terdapat hubungan antara Penggunaan akun Instagram @sukabumi_ bagi followers dengan pemenuhan kebutuhan informasi kognitif”. Jika

dilihat dalam kriteria Guildford, koefisien korelasi sebesar 0,718 yang berada pada kriteria $> 0.7 - 0.9$. Hal tersebut memiliki arti bahwa Penggunaan akun Instagram @sukabumi_ bagi followers (X) dengan Pemenuhan kebutuhan informasi kognitif (Y1) memiliki tingkat keeratan Hubungan antara yang tinggi.

2. Analisis Inferensial antara Penggunaan akun Instagram @sukabumi_ (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Afektif bagi followers (Y2)

Tabel 3. Hubungan antara Penggunaan akun Instagram bagi followers (X) dengan pemenuhan kebutuhan informasi kognitif (Y1)

Variabel	Rs	t _{hitung}	t _(0,05;98)	Kesimpulan	Tingkat Keeratan
Penggunaan akun Instagram @sukabumi_ bagi followers dengan pemenuhan kebutuhan informasi kognitif	0,718	14,558	1,984	H ₀ ditolak	Hubungan antara yang tinggi

Sumber: Pengolahan data

Pada tabel diatas dapat dilihat koefisien korelasi Rank Spearman (rs) adalah sebesar 0,718. Hasil uji signifikansi diperoleh nilai t hitung sebesar 14.558 dan nilai t tabel dengan df = 98 dan $\alpha = 0,05$ dengan 1,984 maka dapat dilihat bahwa t hitung (14,558) $>$ t tabel (1,984) sehingga hasilnya H₀ diterima.

Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa “Terdapat hubungan antara Penggunaan akun Instagram @sukabumi_ bagi followers dengan pemenuhan kebutuhan informasi kognitif”. Jika dilihat dalam kriteria Guildford, koefisien korelasi sebesar 0,718 yang berada pada kriteria $> 0.7 - 0.9$. Hal tersebut memiliki arti bahwa Penggunaan akun Instagram @sukabumi_ bagi followers (X) dengan Pemenuhan kebutuhan informasi kognitif (Y1) memiliki tingkat keeratan Hubungan antara yang tinggi.

3. Analisis Inferensial antara Penggunaan akun Instagram @sukabumi_ bagi followers (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Integrasi Personal (Y3)

Tabel 4. Hubungan antara Penggunaan akun Instagram bagi followers (X) dengan pemenuhan kebutuhan informasi integrasi personal (Y3)

Variabel	Rs	t _{hitung}	t _(0,05;98)	Kesimpulan	Tingkat Keeratan
Penggunaan akun Instagram bagi followers (X) dengan pemenuhan kebutuhan informasi integrasi personal (Y3)	0,480	7,181	1,984	H ₀ ditolak	Hubungan antara cukup yang berarti

Sumber: Pengolahan data

Pada tabel diatas dapat dilihat koefisien korelasi Rank Spearman (rs) adalah sebesar 0,480. Hasil uji signifikansi diperoleh nilai t hitung sebesar 7,181 dan nilai t tabel dengan df = 98 dan $\alpha = 0,05$ dengan 1,984 maka dapat dilihat bahwa t hitung (7,181) $>$ t tabel (1,984) sehingga hasilnya H₀ diterima.

Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa “Terdapat hubungan antara Penggunaan akun Instagram @sukabumi_ bagi followers dengan pemenuhan kebutuhan informasi integrasi personal”. Jika dilihat dalam kriteria Guildford, koefisien korelasi sebesar 0,480 yang berada pada kriteria $> 0.4 - 0.7$. Hal tersebut memiliki arti bahwa Penggunaan akun Instagram @sukabumi_ bagi followers (X) dengan Pemenuhan kebutuhan informasi integrasi personal (Y2) memiliki tingkat keeratan Hubungan antara yang rendah tapi pasti.

Analisis Korelasi antara Penggunaan Akun Instagram @sukabumi_ (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Hal tersebut menjelaskan bahwa akun Instagram @sukabumi_ menjadi salah satu sumber informasi yang dipilih khalayak untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka, khususnya informasi mengenai postingan informasi dan kebutuhannya yang dapat memenuhi kebutuhan followers dikarenakan akun Instagram @sukabumi_ ini memberikan 3-6 kali memposting dengan setiap hari, dan akun Instagram @sukabumi_ dan menjawab secara lengkap pertanyaan-pertanyaan yang sangat beragam dari followers, serta memberikan informasi-informasi yang terbaru tentunya.

Maka dari itulah khalayak lebih memilih Instagram sebagai sosial media yang selalu memberikan informasi yang terpercaya dari berbagai sumber, karena melalui instagram dapat diikuti oleh para pengikut seluruh masyarakat umum, khususnya masyarakat kota sukabumi serta instagram juga dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Ketika sedang diluar rumah pun khalayak dapat mengakses Instagram untuk mendapatkan informasi yang diinginkan, khususnya dapat mendapatkan informasi dari postingan akun Instagram @sukabumi_.

Analisis Korelasi antara Penggunaan Akun Instagram @sukabumi_ bagi followers (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kognitif (Y1)

Aspek penggunaan akun Instagram @sukabumi_ bagi followers memperoleh korelasi yang cukup berarti dengan aspek pemenuhan kebutuhan informasi yaitu kognitif. Berdasarkan hasil uji korelasi Rank Spearman diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,718 dan dapat dikategorikan pada tahap korelasi tinggi menurut interpretasi koefisien korelasi menurut Guilford (1956: 145) dalam Tambajong, (2019;1-3). (Tambajong1 & 3, 2019). Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan akun Instagram @sukabumi_ bagi followers sangat mempengaruhi kognitif mengenai pengetahuan yang tersaji di setiap postingan akun Instagram @sukabumi_.

New media kini menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan kehidupan sehari-hari. Pengguna usia muda lebih banyak menggunakan karena kemudahan akses dan sudah menjadi gaya hidup. Kehadiran new media theory menjadi salah satu alat pendukung untuk mencari atau mendapatkan informasi dalam menggunakan media sosial instagram, mayoritas masyarakat lebih memilih media sosial sebagai sumber informasinya. Dalam hal ini menggambarkan bahwa followers akun Instagram @sukabumi_ cukup menambah pengetahuan mereka akan suatu hal, khususnya mengenai di setiap postingan akun Instagram @sukabumi_, dengan menggunakan media sosial dapat menimbulkan kognitif atau pengetahuan.

Pernyataan tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Effendy (1986;8) (dalam Neni Yulianita, 1988;75) bahwa

“Dampak kognitif adalah yang timbul pada komunikan yang menyebabkan dia menjadi tahu atau meningkat intelektualitasnya. Di sini pesan yang disampaikan komunikator ditujukan kepada pikiran si komunikan. Dengan lain perkataan tujuan komunikator hanyalah berkisar pada upaya mengubah pikiran diri komunikan.” (Masalah, 1988)

Seperti dijelaskan di atas bahwa hubungan antara penggunaan akun Instagram @sukabumi_ bagi followers dengan pemenuhan kebutuhan informasi kognitif adalah hubungan antara yang tinggi. Hal ini dikarenakan tingkat pengetahuan followers berbeda-beda terhadap sesuatu. Meskipun masyarakat aktif menggunakan media sosial tetapi tidak semua informasi yang ada di media sosial dapat menjadi pengetahuan bagi masyarakat.

Analisis Korelasi antara Penggunaan Akun Instagram @sukabumi_ bagi followers (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Afektif (Y2)

Aspek penggunaan akun Instagram @sukabumi_ bagi followers memperoleh korelasi yang cukup berarti dengan aspek pemenuhan kebutuhan informasi yaitu afektif. Berdasarkan hasil uji korelasi Rank Spearman diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,642 dan dapat dikategorikan pada tahap korelasi cukup berarti menurut interpretasi koefisien korelasi menurut Guilford (1956: 145) dalam Tambajong, (2019;1-3). Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan akun Instagram @sukabumi_ bagi followers cukup mempengaruhi afektif mengenai emosional atau perasaan yang tersaji di setiap postingan akun Instagram @sukabumi_.

Dalam hal ini menggambarkan bahwa followers akun Instagram @sukabumi_ cukup merasakan emosional atau perasaan mereka akan suatu hal yang dirasa oleh followers khususnya mengenai disetiap postingan akun Instagram @sukabumi_. Menurut Steven M. Chaffee mengungkapkan bahwa:

“Efek Afektif ini kadarnya lebih tinggi dari pada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan sekedar memberitahu khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya. Contohnya adalah, setelah mendengar atau membaca berita, maka muncul perasaan sebal, jengkel, marah atau senang pada diri khalayak. Faktor-faktor yang memengaruhi intensitas rangsangan emosional pesan media massa adalah: suasana emosional, skema kognitif, suasana terpaan, predisposisi individual dan identifikasi khalayak dengan tokoh dalam media massa.”

1. Suasana emosional; respon kita terhadap sebuah film, sinetron televisi atau sebuah novel akan dipengaruhi oleh suasana emosional kita. Suasana emosional; respon kita terhadap sebuah film, sinetron televisi atau sebuah novel akan dipengaruhi oleh suasana emosional kita. Suasana emosional; respon kita terhadap sebuah film, sinetron televisi atau sebuah novel akan dipengaruhi oleh suasana emosional k
2. Skema kognitif merupakan naskah yang ada dalam pikiran kita yang menjelaskan tentang alur peristiwa. Skema kognitif merupakan naskah yang ada dalam pikiran kita yang menjelaskan tentang alur peristiwa.
3. Suasana terpaan Seseorang akan merasa takut atau ketakutan ketika menyaksikan film horror dan menontonnya sendirian di rumah tua. Apalagi jika saat itu turun hujan lebat yang diiringi suara petir dan sebagainya.(Repository.unisba.ac.id, n.d.) Suasana terpaan Seseorang akan merasa takut atau ketakutan ketika menyaksikan film horror dan menontonnya sendirian di rumah tua. Apalagi jika saat itu turun hujan lebat yang diiringi suara petir dan sebagainya

Jadi jika dikaitkan dengan penelitian ini, sebagian besar followers akun instagram @sukabumi_ cukup dapat merasakan suasana emosional dalam informasi yang disajikan dalam postingan akun Instagram @sukabumi_. Followers akun Instagram @sukabumi_ bukan hanya sekedar merasakan, tetapi lebih dari mengerti apa yang followers melihat dan membaca yang dimaksud dengan isi informasi dari postingan akun Instagram @sukabumi_ tersebut. Dengan menggunakan fitur suka (like) dalam media sosial instagram, followers dapat merasakan perasaan simpati, empati dan suasana emosional lainnya terkait dalam informasi yang menyangkut perasaan followers terhadap yang disediakan oleh postingan akun Instagram tersebut.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa followers akun Instagram @sukabumi_ dapat lebih merasakan dan mengerti dalam isi pesan informasi yang dimaksud dan disampaikan mengenai postingan dengan suasana emosional. Selain itu, informasi yang dapat memberikan suasana emosional dapat terasa dampak positifnya bagi pembaca setelah melihat informasi dalam postingan akun Instagram @sukabumi_.

Analisis Korelasi antara Penggunaan Akun Instagram @sukabumi_ bagi followers (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Integrasi Personal (Y3)

Aspek penggunaan akun Instagram @sukabumi_ bagi followers memperoleh korelasi yang cukup berarti dengan aspek pemenuhan kebutuhan informasi yaitu integrasi personal. Berdasarkan hasil uji korelasi Rank Spearman diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,480 dan dapat dikategorikan pada tahap korelasi Hubungan antara cukup yang berarti menurut interpretasi koefisien korelasi menurut Guilford (1956: 145) dalam Tambajong, (2019;1-3). Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan akun Instagram @sukabumi_ bagi followers cukup mempengaruhi integrasi personal mengenai penguatan dan kredibilitas diri yang tersaji informasi disetiap postingan akun Instagram @sukabumi_.

Dalam hal ini menggambarkan bahwa followers akun Instagram @sukabumi_ cukup meningkatkan kepercayaan mereka akan suatu hal yang disediakan dalam postingan disetiap postingan akun Instagram @sukabumi_. Menurut, Blumler, dan Gurevitch (dalam Liliweri, 1991;97) mengungkapkan bahwa “Kebutuhan Integrasi Personal Kebutuhan ini merupakan

kebutuhan yang berkaitan dengan peningkatan harga diri seseorang, seperti memperkuat kepercayaan, kesetiaan, status pribadi.” (Sherlycin Angkar, 2017)

Dengan hal tersebut, Integrasi personal memiliki arti bahwa seseorang merasa harus memiliki pemikiran secara pandangan pribadi dengan pemikiran mereka supaya ia bisa menjadi seorang individu yang berguna dan utuh dengan disetiap postingan akun Instagram @sukabumi_. Kemauan ini berdasarkan memperkuat kepercayaan masing-masing tersebut muncul dari dalam diri sendiri dan biasanya tanpa paksaan dari siapa pun.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa followers akun Instagram @sukabumi_ dapat lebih berfikir memiliki pandangan yang lebih luas terhadap disetiap informasi yang diposting mengenai postingan akun Instagram @sukabumi_. Selain itu, informasi yang didapat memberikan respon dan reaksi yang terasa dampak positifnya bagi pembaca setelah melihat informasi dalam postingan akun Instagram @sukabumi_.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Hubungan Antara Penggunaan Akun Instagram @sukabumi_ dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi”, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Terdapat Hubungan yang cukup berarti antara penggunaan akun Instagram @sukabumi_ (X) dengan pemenuhan kebutuhan informasi (Y) dengan memberikan informasi yang terpercaya dari berbagai sumber dengan memposting foto dan video untuk followers Instagram @sukabumi_ untuk mendapatkan informasi sesuai dengan kebutuhannya.

1. Terdapat Hubungan antara yang tinggi Besarnya antara penggunaan akun Instagram @sukabumi_ bagi followers dengan pemenuhan kebutuhan informasi kognitif dengan pengetahuan dapat menambah manfaat dari informasi.
2. Terdapat Hubungan antara yang cukup berarti Besarnya hubungan antara penggunaan akun Instagram @sukabumi_ bagi followers dengan pemenuhan kebutuhan informasi afektif dengan perasaan dapat merasakan dampak positif dari informasi.
3. Terdapat hubungan antara penggunaan akun Instagram bagi followers dengan pemenuhan kebutuhan informasi integrasi personal kredibilitas individu dengan dapat Membantu dan menganalisa informasi setiap ada permasalahan.

Acknowledge

Penulisan artikel ini tidak mungkin dapat selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak yang senantiasa memberikan bantuan, dorongan, pengorbanan, waktu, serta kepercayaan kepada peneliti untuk menyelesaikan artikel ini. Dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah banyak memberikan bantuan dalam penyusunan artikel ini, khususnya kepada:

1. Bapak Dadi Ahmadi, S.Sos. M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang selalu memotivasi, memberi masukan, menyempatkan waktu, dan segala bantuan dalam pengerjaan skripsi ini. Peneliti ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas semua kebaikan yang telah bapak berikan kepada peneliti selama penyusunan usulan penelitian ini.
2. Ibu Andalusia Neneng P, S.S., M.Hum selaku Dosen Wali yang telah banyak membantu, mensupport, dan memberi arahan para anak walinya semasa perkuliahan.
3. Kedua orang tua dan keluarga peneliti, terutama Ayah dan Mamah. Selalu menjadi yang terbaik, Dukungan serta doa yang tulus Terimakasih telah menjadi semangat hidup bagi peneliti, terimakasih pula atas doa yang selalu dipanjatkan.
4. Serta semua pihak lainnya yang tidak dapat peneliti tuliskan satu persatu. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa bantuan serta dukungan yang semua berikan pun sangat membantu peneliti.

Akhir kata, peneliti berharap semoga Allah SWT melimpahkan karunia dan rahmat-Nya atas bantuan yang telah diberikan kepada peneliti. Dengan segala kerendahan hati, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Daftar Pustaka

- [1] Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Media Kita.
- [2] Budiastuti, D., & Bandur, A. (2013). *Validitas dan reliabilitas penelitian*. Mitra Wacana Media.
- [3] Di, T., Malalayang, K., & Manado, K. (2019). Korelasi Antara Harga Lahan Dengan Kepadatan Terbangun Di Kecamatan Malalayang, Kota Manado. *Spasial*, 6(1), 24–32.
- [4] Masalah, L. B. (1988). *Pengaruh Komunikatif tentang Seks dan Seksualitas terhadap Pengetahuan Remaja*. 71–92.
- [5] Nurcahyani, E. (2018). *Pengaruh Fitur Instagram Stories terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bandar Lampung Angkatan 2015 dan 2016)*. 1–65.
- [6] Qashmal, Zaim dan Ahmadi, D. (2015). Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Citra Diri. In *Universiti Islam Bandung* (pp. 222–228).
- [7] Repository.unisba.ac.id. (n.d.). Kajian Pustaka medsos. *Skripsi*, 22–52.
- [8] Sandu, S. M, D. S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. [https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=dasar+metodologi+penelitian&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjDzcyLrJLvAhVIb30KHbWPCn4Q6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=dasar metodologi penelitian&f=false](https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=dasar+metodologi+penelitian&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjDzcyLrJLvAhVIb30KHbWPCn4Q6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=dasar%20metodologi%20penelitian&f=false)
- [9] Sherlycin Angkar. (2017). Motif Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Program Good Morning Hard Rockers On SBO. *Jurnal E-Komunikasi*, 1(3), 39.
- [10] Tambajong1, G. J., & 3, S. T. ² & O. H. A. R. (2019). Kriteria Antara Harga Lahan Dengan Kepadatan Terbangun Di Kecamatan Malalayang, Kota Manado. *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota*, Vo.6(ISSN 2442-3262).
- [11] Fauzi, Muhammad Irfan. 2021. *Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Upaya Edukasi Pencegahan Penyebaran COVID-19*. Jurnal Riset Public Relation Universitas Islam Bandung. Volume 1, nomor 2, Tahun 2021.