



Jurnal BADATI

Vol 6 No 2 November 2024

P-ISSN : 1907 – 5340

E-ISSN : 2722 - 3248

Hal. : 35-49

PENGARUH TERPAAN PADA AKUN INSTAGRAM @INDOZONE.ID TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS

Rahmalia Andarini ¹⁾, Nuriyati Samatan ²⁾, Ramita Hapsari ³⁾,

¹ Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma
email: rhmliaadr@gmail.com

² Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma
email: nuriyatisamatan@gmail.com

³ Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma
email: ramitahapsariug@gmail.com

Abstract

This study aims to determine whether there is an influence of exposure to the @indozone.id Instagram account on followers' information needs. This research method uses a survey method - quantitative. Data collection techniques using a questionnaire. The theoretical approach used is the Uses and Gratification theory. The population of this study is 4.6 million people who follow the Instagram account @indozone.id where the sample is taken using the Slovin formula so that a total of 100 respondents are obtained using the Purposive Sampling technique. The results of the study show that there is an influence between exposure to the @indozone.id Instagram account and followers' information needs. Based on the results of the study, it was found that Frequency, Duration and Intensity each had an influence on information needs consisting of the current needs approach, the daily needs approach, the exhaustive needs approach, the pursuit needs approach. Data obtained and analyzed using SPSS 25.0. The results of the study show that there is a positive and significant effect of being exposed to the Instagram account @indozone.id on the information needs of followers.

Keywords: Account Effect, Instagram, Information Needs

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Terpaan Pada Akun Instagram @indozone.id Terhadap Kebutuhan Informasi Followers. Metode penelitian ini menggunakan metode survey – kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Pendekatan teori yang digunakan adalah teori Uses and Gratification. Populasi penelitian ini adalah 4.6 juta orang yang mengikuti akun instagram @indozone.id di mana pengambilan sampelnya menggunakan rumus Slovin sehingga memperoleh jumlah 100 responden dengan menggunakan teknik Purposive Sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada Pengaruh antara Terpaan Pada Akun Instagram @indozone.id Terhadap Kebutuhan Informasi Followers. Berdasarkan hasil penelitian memperoleh hasil bahwa, Frekuensi, Durasi dan Intensitas, masing-masing memiliki pengaruh terhadap kebutuhan informasi yang terdiri dari Current need approach, Everyday need approach, Exhaustic need approach, Catching-up need approach. Data yang diperoleh dan dianalisis menggunakan SPSS 25.0. Hasil Penelitian menunjukan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari pengaruh terpaan akun Instagram @indozone.id terhadap kebutuhan informasi followers.

Kata Kunci: Terpaan Akun, Instagram, Kebutuhan Informasi

PENDAHULUAN

Teknologi senantiasa mengikuti perkembangan zaman. Teknologi yang semakin berkembang di era digital menghadirkan banyak inovasi dengan salah satu contohnya yaitu internet. Dapat ditegaskan bahwa internet saat ini telah menjadi salah satu kebutuhan masyarakat yang sangat penting. Penggunaan internet yang sangat bermanfaat dalam berbagai kegiatan masyarakat mempengaruhi pertumbuhan jumlah pengguna internet dan aktifnya penggunaan media sosial.

Perkembangan era digital memunculkan berbagai inovasi, salah satunya adalah media

baru. New media adalah media elektronik digital seperti media sosial dan penggunaan internet. Jika terdapat pembaruan pasti ada yang terdahulu, dulunya menggunakan media cetak seperti majalah, televisi dan radio atau biasa disebut old media.

Kini media sosial menjadi hal yang digemari masyarakat karena keefektifan dan efisiensi dalam memperoleh informasi yang dapat dilakukan dimana dan kapan pun. Pemanfaatan media sosial tidak hanya untuk mencari informasi, masyarakat dapat berkomunikasi hingga mencari hiburan dan aktivitas laisannya. Media sosial secara pemahaman merupakan suatu *platform* digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas pada setiap penggunaanya. Media sosial terus menyebar luas dan cepat hingga semua pengguna yang telah tersambung dengan koneksi internet dapat melakukan penyebaran informasi setiap saat.

Media sosial berkembang setiap harinya hingga memunculkan berbagai jenis platform media sosial salah contohnya adalah Instagram. Tidak seperti media sosial lainnya, Instagram berfokus pada posting foto dan video penggunaanya. Keunikan yang membedakan Instagram dengan media sosial pada umumnya. Selain itu, Instagram secara teratur memperbarui sistemnya. Sejak dirilis pada tahun 2010, instagram sudah sering memperbaharui fitur-fitur yang ada agar fitur-fiturnya semakin lengkap dan menarik. Instagram merupakan salah satu hasil perkembangan internet dan tergolong sebagai salah satu media sosial yang digemari oleh masyarakat saat ini. Hal ini dibuktikan dengan jumlah pengguna Instagram yang terus bertambah setiap tahunnya.

Berdasarkan data survey pada Oktober 2022 oleh *We Are Social* total populasi dunia mencapai 7,99 miliar orang yang tinggal di bumi pada Oktober 2022, sedangkan 5,48 miliar jiwa di seluruh dunia telah menggunakan telepon pintar dan terus meningkat sebesar 170 juta pengguna dengan presentase 68,6% dari total populasi global pada Oktober 2022. Kini 5,07 miliar orang telah menggunakan internet dengan peningkatan sebesar 3,5% pada 2022 awal sampai Oktober 2022. Kemudian pada 12 bulan terakhir tercatat sebanyak 171 jiwa menjadi pengguna baru internet di tahun 2022. Sebanyak 4,74 miliar jiwa telah menjadi pengguna aktif media sosial saat ini dengan 59,3% dari total populasi global. Terciptanya media baru berlandaskan teknologi dengan menerapkan internet sebagai sarana konektivitas guna mengakses beragam hal memenuhi seluruh kebutuhan manusia. Teknologi internet yang sangat menarik perhatian masyarakat hingga menjadi pengguna aktif internet ini disebut media sosial.

Diambil dari laporan *We are Social* bahwa di Indonesia terhitung 191 juta jiwa menjadi pengguna media sosial pada Januari 2022. Dalam laporan tersebut juga menyatakan bahwa media sosial yang paling sering digunakan oleh rakyat Indonesia ialah Whatsapp dimana persentasenya mencapai 88,7%. Lalu Instagram dan Facebook dengan presentase 84,8% dan 81,3% menjadi posisi ke dua sebagai media sosial yang paling sering digunakan masyarakat Indonesia.

Berdasarkan website Goodstats 2022 instagram merupakan media sosial kedua yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2022. Instagram tidak hanya menawarkan cara untuk berbagi foto dan video di media sosial, tetapi juga memiliki keunggulan dalam satu akun dapat mengikuti atau memiliki pengikut (*followers*) dengan jumlah yang tak terbatas

Media sosial berkembang setiap harinya hingga memunculkan berbagai jenis platform media sosial salah contohnya adalah Instagram. Tidak seperti media sosial lainnya, Instagram berfokus pada posting foto dan video penggunaanya. Keunikan yang membedakan Instagram dengan media sosial pada umumnya. Selain itu, Instagram secara teratur memperbarui sistemnya. Sejak dirilis pada tahun 2010, instagram sudah sering memperbaharui fitur-fitur yang ada agar fitur-fiturnya semakin lengkap dan menarik. Setiap postingan di Instagram tidak memiliki

batasan waktu, artinya kita masih bisa melihat gambar atau video yang sudah diposting sebelumnya, meskipun sudah lama. Instagram merupakan salah satu hasil perkembangan internet dan tergolong sebagai salah satu media sosial yang digemari oleh masyarakat saat ini. Hal ini dibuktikan dengan jumlah pengguna Instagram yang terus bertambah setiap tahunnya.

Selain itu, Instagram juga menjadi salah satu pendorongnya perkembangan industri pemasaran. Banyak pengusaha menggunakan Instagram untuk mempromosikan barang atau jasa yang mereka tawarkan. Selain usaha kecil, banyak merek internasional juga menggunakan Instagram secara luas untuk memberikan informasi tentang produk mereka.

Tidak hanya untuk komunikasi dan periklanan, tetapi juga untuk Instagram digunakan sebagai sarana hiburan, berita dan informasi. Adapun pengguna yang menggunakan akun Instagramnya untuk berbagi informasi yang memuat berita dan fenomena kehidupan sehari-hari. Akun yang menyajikan berita dan fenomena kehidupan sehari-hari salah satunya adalah akun @indozone.id. Banyak portal berita menggunakan Instagram sebagai sarana penyebaran berita, salah satunya adalah @indozone.id. Akun Instagram @indozone.id atau lebih dikenal dengan slogan #KAMUHARUSTAU merupakan portal berita online dengan spektrum yang luas mulai dari informasi penting seperti hal-hal yang terjadi saat ini diseluruh dunia, fakta unik, hiburan, hingga konten mistis. Dengan konsep sederhana namun informatif, @indozone.id menyajikan informasi yang ringkas dan semenarik mungkin agar *followers* @indozone.id tertarik karena informasi yang disajikan tidak panjang dan akun @indozone selalu mengikuti perkembangan informasi agar *followers* tidak ketinggalan. Indozone.id memaksimalkan penyebaran informasinya melalui fitur yang dihadirkan oleh Instagram seperti Feeds, Instagram Story, IGTV, dan Reels. Hadirnya fitur-fitur tersebut membuat para penggunanya dengan mudah menyesuaikan kebutuhan informasi dalam mengakses akun Instagram @indozone.id. Bahkan berdasarkan data dari LINE TODAY (<https://today.line.me/id/v2/article/VGaMO2> diakses pada tanggal 5 Februari 2023 pukul 13.15 WIB), @indozone.id mendapatkan penghargaan sebagai media nomor 1 dari tahun 2017 sampai dengan 2019 dengan jumlah likes terbanyak dan terbesar di Indonesia.

Pertanggal 13 Oktober 2022 akun Instagram @indozone.id sendiri memiliki 4,6 juta pengikut dan akun ini memiliki pengikut terbanyak dibandingkan akun portal berita sejenis lainnya. Pada tahun 2017-2019, @indozone.id menjadi akun Instagram dan media nomor satu dengan like terbanyak di Indonesia.

Tabel 1. 1 Akun sejenis.

No.	Nama Akun	Followers	Following	Jumlah Postingan
1.	@indozone.id	4.6M	19	106K
2.	@folkative	3.5M	309	7,189
3.	@ussfeed	1.2M	252	7,107
4.	@cretivox	508K	901	2,406
5.	@whiteboardjournal	81.1K	376	7,434

(Sumber : Instagram.com 2022)

Berdasarkan tabel data perbandingan diatas dapat kita lihat bahwa akun @indozone.id lebih dikenal pada pengguna Instagram di Indonesia dibandingkan akun-akun sejenis lainnya. Dalam perbandingan diatas dapat kita ketahui bahwa @indozone.id merupakan akun yang paling aktif memposting dengan jumlah postingan sebanyak 106 ribu. Akun @indozone.id selalu memperbarui timeline sesuai dengan informasi atau berita terkini yang terjadi di Indonesia. Dengan fitur yang tersedia di instagram seperti *like*, komentar para *followers* dapat memvalidasi

bahwa informasi yang diberikan merupakan informasi yang teraktual dan anti hoax. Setiap harinya @indozone.id akan membuat *story* Instagram yang mencakup informasi dengan gambar namun jika para followers ingin mengetahui informasi lebih lanjut, dalam *story* Instagram tersebut akan diarahkan pada link yang tersedia dan link tersebut dirujukan kepada *website* dari indozone sendiri.

Terpaan adalah intensitas keterpaparan khalayak terhadap pesan-pesan yang disebarluaskan oleh media. Terpaan dapat diartikan sebagai tindakan atau pengalaman mendengar, melihat, dan membaca pesan media serta memperhatikan pesan tersebut. Kehadiran media bertujuan untuk mengetahui informasi publik tentang penggunaan media, dan tentang jenis media, frekuensi penggunaan dan lama penggunaan. Penggunaan media meliputi media audio, media audio visual, media cetak dan media online.(Ardianto, dalam Putri 2018). Media exposure atau terpaan media menurut Sari dalam Indah (2022), frekuensi penggunaan meliputi berapa kali seseorang menggunakan media dalam jangka waktu tertentu. Durasi media menghitung berapa lama audience berhubungan atau mengikuti suatu program di media. Sementara itu menurut Rosengren dalam Indah (2022), penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media, media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (Kriyantono, 2006).

Indikator Terpaan Media Menurut (Kriyantono dalam Indah, 2022) terpaan media dapat diukur dengan frekuensi, durasi dan intensitas. Sehingga mengukur terpaan unggahan sosial media instagram dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Frekuensi

Seberapa banyak unggahan atau postingan dari akun sosial media tersebut dilihat atau di sukai seseorang.

2. Intensitas

Seberapa jauh khalayak paham tentang pesan yang disampaikan melalui postingan atau unggahan pada akun sosial media tersebut.

3. Durasi

Seberapa lama khalayak memperhatikan postingan atau unggahan yang ada pada akun sosial media tersebut.

Menurut Kriklas, konsep kebutuhan informasi dapat dipahami secara luas sebagai kesenjangan antara struktur informasi dan apa yang seharusnya dimiliki. Ketidakpastian yang muncul dalam diri seseorang yang seharusnya dipenuhi dengan pengetahuan. Namun, istilah ini juga dapat digunakan untuk membedakan antara kebutuhan akan informasi dan keinginan akan informasi. Kebutuhan informasi adalah keinginan untuk menerima informasi untuk menghilangkan keraguan, sedangkan kebutuhan informasi adalah kondisi seseorang untuk menerima/mengenal atau tidak informasi untuk memecahkan masalah (Rubin, 2004).

Kebutuhan informasi adalah suatu keadaan dimana seseorang merasakan dan menyadari adanya kesenjangan antara informasi yang dimilikinya, pada saat ia merasa bahwa informasi yang dimilikinya tidak lengkap atau tidak memadai untuk mencapai tujuan tertentu dalam hidupnya. Ketika seseorang menyadari bahwa apa yang diketahuinya tidak cukup untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi, timbul keinginan untuk memenuhi kebutuhan akan informasi tersebut.

Terdapat empat jenis kebutuhan terhadap informasi menurut Guha (dalam Narenda, 2016), yakni :

1. *Current need approach* (Kebutuhan Informasi Terbaru)

Pendekatan terhadap kebutuhan pengguna informasi bersifat kontemporer. Pengguna berinteraksi dengan system informasi dengan cara yang sangat umum untuk menambah pengetahuan seseorang. Pendekatan semacam itu membutuhkan interaksi konstan antara pengguna dan sistem informasi.

2. ***Everyday Need Approach*** (Kebutuhan Informasi Rutin)

Pendekatan yang akurat dan cepat untuk kebutuhan pengguna. Informasi yang dibutuhkan oleh pengguna ini adalah informasi yang akan ditemukan pengguna secara teratur.

3. ***Exhaustic Need Approach*** (Kebutuhan Informasi Mendalam)

Pendekatan terhadap kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam, pengguna informasi mempunyai ketergantungan yang tinggi pada informasi yang dibutuhkan dan relevan, spesifik, dan lengkap.

4. ***Catching-up Need Approach*** (Kebutuhan Informasi Sekilas)

Pendekatan terhadap pengguna menawarkan informasi yang ringkas tetapi juga lengkap, terutama tentang perkembangan terbaru tentang topik yang diinginkan dan masalah penting.

Nicholas menyatakan bahwa fungsi utama informasi bervariasi sesuai dengan peran dan pekerjaan individu. Namun pada dasarnya seseorang membutuhkan informasi 5 fungsi yang luas, maka dengan mengidentifikasi lima fungsi tersebut, tujuan seseorang dalam mencari informasi dapat diketahui. Kelima fungsi tersebut adalah: (*fact finding*); untuk terus diperbarui; penelitian lapangan (fungsi penelitian) peneliti dan akademisi adalah orang-orang yang paling membutuhkan informasi untuk tujuan ini; mendapatkan gambaran tentang latar belakang masalah/isu (fungsi pengarah); dan memberikan ide-ide baru atau sebagai stimulus (fungsi stimulus).

Selain itu, penulis membutuhkan penelitian sebelumnya untuk melakukan penelitian ini. Penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Dior Triandra dan Ayub Ilfandy Imran dengan judul Pengaruh Terpaan Fitur Online Line Today Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Bandung yang diketahui bahwa terpaan informasi LINE TODAY memberikan kontribusi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa universitas swasta di kota Bandung. Hal ini dapat dilihat bahwa terpaan informasi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada latar belakang dan penelitian-penelitian terdahulu tersebut maka, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Adakah Pengaruh Terpaan Pada Akun Instagram @indozone.id Terhadap Kebutuhan Informasi *Followers*?”. Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh terpaan pada akun @indozoneid terhadap kebutuhan informasi *followers*. Terdapat pula batasan masalah pada penelitian ini, Penelitian ini hanya membahas terkait dengan pengaruh kebutuhan informasi bagi *followers* akun @indozone.id. Penelitian ini dilakukan selama bulan Oktober 2022 sampai dengan Februari 2023.

Fenomena lain seperti Pengaruh Terpaan Media Pada Layanan Email Newsletter milik “Catch Me Up!” Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Harian Terkini Bagi Para Pelanggan (Subscribers) yang dibuat oleh Armida Nova Ariyanti & Adrio Kusmareza Adim, menunjukkan bahwa dimensi frekuensi penggunaan dan durasi penggunaan memperoleh hasil output dengan kategori yang sangat tinggi pada layanan email newsletter milik “Catch Me Up!”, nyatanya mampu memberikan pengaruh yang signifikan.

Berdasarkan dua penelitian terdahulu, dapat dilihat bahwa pengaruh terpaan informasi memiliki hasil yang positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi, maka dari itu penelitian ini

diteliti oleh peneliti untuk mengetahui hasil dari terpaan akun instagram @indozone.id terhadap kebutuhan informasi *followers* dan setelah dilakukan penelitian terhadap terpaan akun instagram @indozone.id memiliki nilai yang positif terhadap kebutuhan informasi *followers*.

Hipotesis pada penelitian ini adalah Tidak terdapat pengaruh antara terpaan akun Instagram @indozone.id terhadap kebutuhan informasi *followers* (Ho) dan Ada pengaruh antara terpaan akun Instagram @indozone.id terhadap kebutuhan informasi *followers* (Ha).

KAJIAN LITERATUR

Teori *Uses and Gratifications* merupakan salah satu yang paling terkenal diantara teori-teori lainnya pada bidang komunikasi massa. Teori ini menunjukkan bahwa permasalahan utamanya bukan pada bagaimana cara media mengubah sikap dan perilaku khalayak, dan seberapa besar media dapat mempengaruhi serta mengubah sikap dan perilaku khalayak, akan tetapi lebih kepada bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak dan seberapa besar media dapat memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Sehingga sasarannya adalah pada khalayak yang aktif, yang memang menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.

Dalam melihat media, teori ini lebih menekankan pada pendekatan manusiawi. Artinya, manusia itu punya otonomi dan wewenang dalam memperlakukan media. Khalayak memiliki berbagai alasan untuk menggunakan media. Selain itu, konsumen memiliki kebebasan untuk memutuskan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media akan berdampak pada dirinya. Selanjutnya, teori ini secara keseluruhan membahas mengenai khalayak aktif suatu media di mana khalayaklah yang menentukan media mana yang akan mereka gunakan untuk memuaskan kebutuhan mereka baik kebutuhan akan informasi, pendidikan dan hiburan. Namun perlu diketahui bahwa media dianggap bukan satu satunya sarana dalam pemenuhan kebutuhan khalayak tersebut.

Dalam melihat media, teori ini lebih menekankan pada pendekatan manusiawi. Artinya, manusia itu punya otonomi dan wewenang dalam memperlakukan media. Khalayak memiliki berbagai alasan untuk menggunakan media. Selain itu, konsumen memiliki kebebasan untuk memutuskan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media akan berdampak pada dirinya. Selanjutnya, teori ini secara keseluruhan membahas mengenai khalayak aktif suatu media di mana khalayaklah yang menentukan media mana yang akan mereka gunakan untuk memuaskan kebutuhan mereka baik kebutuhan akan informasi, pendidikan dan hiburan. Namun perlu diketahui bahwa media dianggap bukan satu satunya sarana dalam pemenuhan kebutuhan khalayak tersebut.

Dalam perkembangannya, terdapat beberapa asumsi yang mendasari teori *uses and gratifications* ini. Salah satunya yaitu asumsi dasar dari tokoh yang mempelopori munculnya teori *uses and gratifications*, Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch yang menguraikan lima asumsi-asumsi dasar dari teori ini yaitu:

A. Khalayak memiliki peran aktif

Khalayak bukanlah penerima (*audiens*) yang pasif atas apapun yang media siarkan. Khalayak memiliki peran dalam memilih dan menentukan isi program media. Perilaku komunikasi khalayak mengacu kepada target dan tujuan yang ingin dicapai serta berdasarkan kepada motivasi, khalayak melakukan pilihan terhadap media berdasarkan motivasi, tujuan dan kebutuhan personal lainnya.

B. Khalayak bebas memilih media

Pada prinsipnya, khalayak secara bebas menyeleksi media dan program-programnya yang terbaik agar bisa mereka gunakan untuk memuaskan kebutuhannya. Produser media mungkin tak menyadari penggunaan oleh khalayak yang menjadi sasaran program, dan anggota khalayak yang berbeda mungkin memanfaatkan program yang sama untuk memuaskan kebutuhan yang berbeda. Khalayak mengambil inisiatif dalam penggunaan media. Kita memilih untuk menonton acara berita yang ada di stelievisi jika sedang membutuhkan informasi begitu juga sebaliknya, kita akan memilih tayangan komedi apabila membutuhkan hiburan.

C. Media bukan satu-satunya sumber pemuas

Media bukanlah satu-satunya sarana yang dapat memuaskan kebutuhan khalayak. Media bersaing dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya dalam hal pilihan, kegunaan dan perhatian untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Khalayak dapat memuaskan kebutuhannya tanpa media semisal pergi berlibur, olahraga, menari, memancing dan sebagainya. Contohnya seseorang yang menyukai hubungan akrab lebih suka untuk berbincang langsung secara interpersonal dengan teman ataupun keluarga dari pada mengkonsumsi media. Khalayak yang tidak memiliki inisiatif akan lebih mudah dipengaruhi oleh media.

D. Tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak atau audiens.

Individu dianggap cukup paham untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu. Audiensi melakukan pilihan secara sadar mengenai penggunaan media yang digunakannya. Riset awal terhadap teori uses and gratifications adalah dengan mewawancarai responden untuk menanyakan mengapa ia mengonsumsi media tertentu dan secara langsung melakukan observasi terhadap reaksi responden selama wawancara berlangsung. Namun dengan seiring berkembangnya teori ini, pendekatan kualitatif tersebut ditinggalkan dan beralih menggunakan pendekatan kuantitatif.

E. Pencegahan Signifikansi nilai Kultural

Pertimbangan nilai tentang signifikansi kultural dari media massa harus dicegah. Program atau muatan media harus bersifat global karena akan ditangkap oleh khalayak yang beragam dari kultur yang beragam pula. Namun selain itu. Katz, dkk (dalam Morissan: 2014) menyatakan bahwa situasi sosial dimana audiensi berasal turut terlibat dalam mendorong atau meningkatkan kebutuhan audiens terhadap media

Berdasarkan asumsi dasar yang diajukan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch dapat dilihat bahwa secara umum asumsi dasar dari teori uses and gratifications itu adalah berfokus pada khalayak media. Di mana keputusan menggunakan media sepenuhnya berada di tangan khalayak hingga pada akhirnya mereka dapat memutuskan untuk menggunakan media atau tidak menggunakan sama sekali.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Dior Triandra & Ayub Ilfandy Imran (2017) bahwa Terpaan Fitur Line Today Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Bandung menunjukkan bahwa terdapat pengaruh paparan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Bandung. Sama halnya seperti penelitian yang dilakukan Armida Nova Ariyanti & Adrio Kusmareza Adim (2022) bahwa Terpaan Media Pada Layanan Email Newsletter milik “Catch Me Up!” terdapat pengaruh yang signifikan dengan besaran nilai kontribusi secara positif sebesar 59% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi harian terkini bagi para pelanggan (subscribers).

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas peneliti menetapkan hipotesis Tidak terdapat

pengaruh antara terpaan akun Instagram @indozone.id terhadap kebutuhan informasi *followers* (Ho) dan Ada pengaruh antara terpaan akun Instagram @indozone.id terhadap kebutuhan informasi *followers* (Ha).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Karena teknik kuantitatif telah digunakan dalam penelitian untuk waktu yang cukup lama, ini dianggap sebagai metode konvensional. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berbasis pada filsafat positivisme, yang mana digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, yang umumnya pengambilan sampelnya dilakukan secara random, dan data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian, lalu dianalisis secara kuantitatif/statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2009).

Paradigma yang dipakai dalam penelitian ini adalah paradigma positivisme. Paradigma positivism merupakan paradigma yang terorganisir untuk menggabungkan logika deduktif dengan pengamatan empiris dari individu, yang berguna secara probabilistik menemukan atau memperoleh konfirmasi sebuah sebab-akibat yang dapat digunakan untuk memprediksi pola-pola umum aktivitas manusia (Agus Salim, 2006).

Di dalam penelitian ini agar dapat memperoleh data, penulis melakukan metode pengumpulan data yaitu kuesioner online melalui google form. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh dengan membuat daftar pertanyaan tertulis kepada objek penelitian, yang hasilnya berupa data tertulis yang diperoleh dari *followers* akun instagram @indozone.id. Kuesioner akan disebarakan melalui pesan *direct message* (DM) secara personal kepada *followers* akun instagram @indozone.id.

Menurut Sugiyono (2018), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki karakteristik dan sifat tertentu untuk dipelajari oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Populasi dalam penelitian ini yaitu *followers* akun Instagram @indozone.id dengan total jumlah pengikut sebesar 4.6 juta per tanggal 30 Desember 2022.

Sampel menurut Sugiyono (2018), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Sedangkan ukuran sampel merupakan langkah untuk menentukan besar kecilnya sampel yang akan diambil pada saat melakukan suatu penelitian. Sampel dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik non random sampling, yakni teknik pengumpulan data yang mengandalkan pemilihan ciri atau karakteristik untuk mendapatkan sampel yang relevan untuk mencapai tujuan penelitian. Adapun jenis teknik non random sampling dalam penelitian ini yakni purposive sampling. Pada teknik purposive sampling, yang ditekankan adanya pertimbangan karakteristik atau ciri-ciri tertentu.

Alasan penulis menggunakan teknik purposive sampling adalah tidak semua sampel memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh penulis, oleh karena itu penulis memilih teknik purposive sampling dengan menentukan aspek atau kriteria tertentu yang harus memenuhi prosedur pengambilan sampel. Dan kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah *followers* akun instagram @indozone.id dengan rentang usia 15-50 tahun.

Untuk pengambilan sampel, penulis menggunakan rumus Slovin. Alasan penggunaan rumus ini karena jumlah populasi yang diteliti diketahui dan populasinya jelas. Jadi menurut rumus Slovin disimpulkan bahwa yang akan menjadi sampel pada penelitian ini sebanyak 99.997 orang responden. Pada perhitungan yang menghasilkan pecahan (terdapat koma) sebaiknya

dibulatkan. Maka sampel yang digunakan berdasarkan populasi di atas yaitu 100 responden.

Penelitian ini menggunakan skala likert untuk mengukur variabel. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), setuju (S), dan sangat setuju (SS). Peneliti hanya menggunakan empat skala likert karena apabila terdapat jawaban di tengah-tengah atau netral akan menghilangkan banyak data.

Pada penelitian kuantitatif untuk menginterpretasikan sebuah hasil penelitian dari penyebaran kuesioner harus melakukan beberapa uji statistik. Sebelum melakukan analisis data, dari hasil penyebaran kuesioner perlu dilakukan pemeriksaan keabsahan data dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Menurut Ghazali (2009) uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Sedangkan reliabilitas menurut Sugiyono (2016) adalah tingkat kemampuan atau konsistensi suatu alat ukur. Uji reliabilitas adalah uji tingkat keandalan kuesioner. Jadi kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban dari setiap pernyataan konsisten atau stabil.

Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik. Dalam suatu penelitian, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik, agar hasil dari penelitian ini menunjukkan hubungan yang valid. Pada penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan yaitu, uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik Kolmogorov Smirnov Test. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $>0,1$ (Imam Ghazali, 2011). Uji linearitas digunakan untuk melihat spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak dimana untuk persamaan regresi linear, hubungan antara variabel independen dengan dependen harus linier.

Setelah melakukan uji asumsi klasik maka pengujian selanjutnya yaitu teknik analisis data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yang menggunakan pengukuran dan pembuktian, terutama dalam pengujian hipotesis yang dibuat sebelumnya dengan menggunakan metode statistik. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi (uji r) dan uji koefisien regresi secara parsial (uji t).

Analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui besaran pengaruh terpaan pada akun instagram @indozone.id terhadap kebutuhan informasi *followers* maka penulis menggunakan alat analisis regresi linier sederhana. Menurut Sugiyono (2011), dinyatakan bahwa Regresi Linier Sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Uji koefisien determinasi (uji r), Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya mengukur kemampuan model untuk menjelaskan perubahan variabel dependen. Koefisien determinasi berada di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independent dalam menjelaskan perubahan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi perubahan variabel dependen (Imam Ghazali dalam Indah, 2022). Dan yang terakhir adalah uji koefisien regresi secara parsial (uji t), Menurut Imam Ghazali uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu

variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,1 ($\alpha=10\%$). Di dalam penelitian ini uji t digunakan untuk menguji hipotesis H_a yaitu pengaruh terpaan akun instagram @indozone.id terhadap kebutuhan informasi follower menurut Imam Ghozali dalam Indah (2022). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

a. Jika nilai signifikan $> 0,1$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

b. Jika nilai signifikan $\leq 0,1$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan sekunder. Adapun pengertian data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari responden, dan bukan berasal dari pengumpulan data yang pernah dilakukan sebelumnya. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber asli. Sumber asli disini diartikan sebagai sumber pertama dari data tersebut diperoleh. Dalam penelitian ini data yang diambil dari sumber peserta (responden) di lapangan. Dimana peneliti memperoleh data ini dengan menyebarkan daftar pertanyaan (kuesioner) melalui google form kepada responden yang telah ditentukan yaitu *followers* akun instagram @indozone.id. Adapun pengertian dari data sekunder, yaitu data yang digunakan sebagai pendukung data utama. Data yang digunakan oleh peneliti berasal dari buku, artikel, jurnal, serta situs internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

HASIL

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menggunakan sampel *followers* akun Instagram @indozone.id yang berjumlah 4.6 juta per tanggal 30 Desember 2022, didapatkan 100 responden yaitu berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan.

Dengan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didapatkan dengan jumlah responden laki-laki lebih banyak daripada responden perempuan, yaitu sebanyak 69 responden perempuan (69%) dan 31% responden laki-laki (31%). Dengan karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa mayoritas responden pengikut (*followers*) aktif akun Instagram @indozone.id yang menjadi responden penelitian ini berusia 15-25 tahun dengan jumlah 79 orang, berusia 26-36 tahun sebanyak 18 orang, dan responden dengan usia 37-50 tahun hanya berjumlah 3 orang. Karakteristik responden berdasarkan profesi/pekerjaan menunjukkan bahwa responden yang merupakan pengikut (*followers*) dari akun Instagram @indozone.id berprofesi sebagai pelajar sebanyak 2 orang, berprofesi sebagai mahasiswa sebanyak 55 orang, berprofesi sebagai pegawai swasta sebanyak 39 orang, berprofesi sebagai pegawai negeri 1 orang, dan profesi lainnya (*other*) sebanyak 3 orang.

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur (instrumen) yang digunakan memenuhi syarat-syarat alat ukur yang baik sehingga dapat menghasilkan data yang sesuai dengan yang diukur, pengujian data melalui uji validitas dan reliabilitas data. Pengujian dilakukan menggunakan 30 responden dengan total 18 item instrumen penelitian. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka dinyatakan valid. Maka hasil nilai-nilai korelasi tersebut dibandingkan dengan patokan yang sudah ditetapkan r_{tabel} , yaitu bila $p > 0,361$, berarti butir pernyataannya valid sedangkan $p < 0,361$ berarti butir pernyataannya tidak valid. Pada pengujian validitas variabel X (terpaan akun) menyatakan bahwa seluruh butir pernyataan yang berjumlah 9

butir mewakili variabel X terkait Akun Instagram @indozone.id, memiliki nilai Pearson Correlation (R_{Hitung}) yang positif dan lebih besar dari R_{Tabel} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada tabel 4.5 Variabel X (Akun Instagram @indozone.id), dinyatakan valid. Pada pengujian validitas variabel Y (kebutuhan informasi), Menyatakan bahwa seluruh butir pernyataan yang berjumlah 9 butir mewakili Variabel Y terkait Kebutuhan Informasi, memiliki nilai Pearson Correlation (R_{Hitung}) yang positif dan lebih besar dari R_{Tabel} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada tabel 4. Variabel Y (Kebutuhan Informasi) dinyatakan valid. Dengan ini maka semua item pernyataan dapat digunakan dalam proses analisis selanjutnya.

Pengujian reliabilitas pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan program SPSS versi 25.0 dengan menghitung variansi seluruh pernyataan hingga skor total pernyataan dan hasil variansi tersebut dihitung menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel X (terpaan akun) adalah 0,831 yang termasuk di dalam interval korelasi 0,800- 1,000 sehingga dinyatakan masuk dalam kategori reliabilitas “Sangat Tinggi atau Sangat Kuat”. Kesimpulan dari uji validitas yang menyatakan semua instrumen pernyataan valid dan dari uji reliabilitas yang menyatakan bahwa instrumen reliabel, maka kuesioner layak untuk disebar kepada responden penelitian. Data yang dihasilkan dari penyebaran kuesioner dapat digunakan untuk analisis berikutnya. Didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Y Minat Berkunjung adalah 0,911 yang termasuk di dalam interval korelasi 0,800- 1,000 sehingga dinyatakan masuk dalam kategori reliabilitas “Sangat Tinggi atau Sangat Kuat”. Kesimpulan dari uji validitas yang menyatakan semua instrumen pernyataan valid dan dari uji reliabilitas yang menyatakan bahwa instrumen reliabel, maka kuesioner layak untuk disebar kepada responden penelitian. Data yang dihasilkan dari penyebaran kuesioner dapat digunakan untuk analisis berikutnya.

Pada pengujian asumsi klasik penelitian ini menggunakan uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Dalam uji normalitas pada penelitian ini data diolah menggunakan IBM *Statistical Product Service Solution* (SPSS) VERSI 25.0 dan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan pengukuran tingkat signifikan 10% atau 0,1. Dari data dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa semua variabel data sudah terdistribusi normal. Untuk uji *Kolmogorov-Smirnov Test* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.11329254
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.061
	Negative	-.064
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan tabel 1.1 uji Kolmogorov-Smirnov diatas, diketahui bahwa nilai Test Statistic Kolmogorv-Smirnov sebesar 0.200 dan nilai probabilitas atau signifikannya sebesar $0.200 \geq 0.1$, yang berarti data tersebut telah berdistribusi normal.

Dalam penelitian ini dilakukan uji linearitas menggunakan tabel ANOVA dengan bantuan software IBM SPSS Statistic version 25.0. Dengan menggunakan tabel ANOVA pada SPSS, akan

dilihat nilai *Sig. Linearity & Sig. Deviation from Linearity* dari setiap variabel bebas dan variabel terikat dibandingkan dengan tingkat signifikansi (α).

Sig. Deviation from Linearity menunjukkan selinier apa data yang digunakan. Apabila nilai *Sig. Deviation from Linearity* lebih besar dari tingkat signifikansi (α), maka regresi linier dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel yang ada (Widhiarso, 2010). Kriteria hubungan linier diatas dijelaskan berikut, dengan menggunakan tingkat signifikansi (α) 10% atau 0.1.

- Jika nilai probabilitas $>0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel independen dan dependen
- Jika nilai probabilitas $<0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan linear antara variabel independen dan dependen

Tabel 2. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEBUTUHAN INFORMASI * TERPAAN AKUN INSTAGRAM @INDOZONE.ID	Between Groups	(Combined)	1080.525	16	67.533	14.076	.000
		Linearity	998.077	1	998.077	208.024	.000
		Deviation from Linearity	82.448	15	5.497	1.146	.331
	Within Groups		398.225	83	4.798		
	Total		1478.750	99			

Berdasarkan uji linearitas pada tabel 2 diatas, didapatkan nilai sig. 0,331 dimana $> 0,1$. Maka data tersebut linier atau terdapat hubungan linear antara variabel independen (Terpaan Akun Instagram @indozone.id) dengan dependen (Kebutuhan Informasi).

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis regresi sederhana dapat digunakan untuk mengetahui arah dari hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah memiliki hubungan positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan ataupun penurunan. Dalam penelitian ini untuk mencari hasil uji regresi linier sederhana dengan menggunakan tabel COEFFICIENT IBM Statistical Product Service Solution (SPSS) VERSI 25.0 :

Tabel 3. Hasil Uji Regrsi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5.996	1.690		.001
	KEBUTUHAN INFORMASI	.788	.055	.822	.000

a. Dependent Variable: TERPAAN AKUN INSTAGRAM @INDOZONE.ID

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi linier sederhana bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan dependen. Dengan persamaan yaitu :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 5.996 + 0.788X$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut maka hasil uji t yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 5.996 yang artinya apabila X (Terpaan Akun Instagram @indozone.id) diasumsikan nol (0), maka Y (Kebutuhan Informasi) bernilai 5.996.
2. Koefisien regresi variabel X (Terpaan Akun Instagram @indozone.id) sebesar 0,788 yang dimana artinya Terpaan akun Instagram @indozone.id mempunyai pengaruh positif terhadap kebutuhan informasi. Dengan arti setiap perubahan 1 satuan variabel, maka akan meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 0. 788 dengan asumsi variabel lain tetap.

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini dilakukan uji t menggunakan table COEFFICIENT dengan bantuan software IBM SPSS Statistic Version 25.0.

Tabel 4. Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5.996	1.690		.001
	KEBUTUHAN INFORMASI	.788	.055	.822	.000

a. Dependent Variable: TERPAAN AKUN INSTAGRAM @INDOZONE.ID

Berdasarkan tabel 4 diatas bisa dilihat hasil output nilai t hitung untuk X sebesar 14.265 sedangkan t tabel sebesar 1.660 maka sudah dapat dipastikan bahwa t hitung > t tabel yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima, yang diartikan bahwa variabel X (Terpaan Akun Instagram @indozone.id) berpengaruh terhadap variabel Y (Kebutuhan Informasi).

Uji R digunakan menunjukan besarnya presentase pengaruh variabel independen terhadap dependen. Pada penelitian ini dilakukan uji R menggunakan tabel MODEL SUMMARY dengan bantuan software IBM SPSS statistic version 25.0.

Tabel 5. Hasil Uji R Square

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.822 ^a	.675	.672	2.124

a. Predictors: (Constant), KEBUTUHAN INFORMASI

b. Dependent Variable: TERPAAN AKUN INSTAGRAM @INDOZONE.ID

Berdasarkan tabel 5 diatas bisa kita lihat bahwa hasil dari output nilai R Square yaitu 0,675 yang dimana artinya terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 67,5% dan sisanya sebanyak 32,5% dapat dipengaruhi oleh variabel atau indikator lain.

PEMBAHASAN

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif, dimana dapat

menggambarkan sesuatu masalah yang dimana hasilnya dapat disederhanakan. Hipotesis dari penelitian di atas adalah H_0 ditolak dan H_a diterima karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh yang signifikan dari terpaan akun instagram @indozone.id terhadap kebutuhan informasi *followers*.

Penelitian ini juga dilakukan guna mengetahui apakah ada pengaruh terpaan pada akun instagram @indozone.id terhadap kebutuhan informasi. Pada penelitian ini juga dapat diketahui bahwa terpaan akun instagram @indozone.id terhadap kebutuhan informasi masih belum berhasil mencapai nilai yang maksimal dengan memperoleh hasil persentase 67,5%. Pada hasil analisis memperlihatkan bahwa indikator frekuensi memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap kebutuhan informasi dibandingkan dengan indikator intensitas dan indikator durasi yang memiliki pengaruh paling lemah.

Frekuensi, yakni seberapa banyak unggahan atau postingan dari akun sosial media tersebut dilihat atau di sukai seseorang.

Intensitas, yakni seberapa jauh khalayak paham tentang pesan yang disampaikan melalui postingan atau unggahan pada akun sosial media tersebut.

Durasi, yakni seberapa lama khalayak memperhatikan postingan atau unggahan yang ada pada akun sosial media tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hal-hal yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar “Pengaruh Terpaan Pada Akun Instagram @indozone.id Terhadap Kebutuhan Informasi *Followers*” dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dari hasil penelitian di lapangan dan uji statistic menggunakan SPSS 25.0 dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa ada Pengaruh antara Terpaan Pada Akun Instagram @indozone.id Terhadap Kebutuhan Informasi *Followers*. Berdasarkan hasil penelitian memperoleh hasil bahwa, Frekuensi, Durasi dan Intensitas, masing-masing memiliki pengaruh terhadap kebutuhan informasi yang terdiri dari *Current need approach*, *Everyday need approach*, *Exhaustic need approach*, *Catching-up need approach*.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teori Uses and Gratification. Dalam teori ini bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak dan seberapa besar media dapat memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Sehingga sasarannya adalah pada khalayak yang aktif, yang memang menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.

Terpaan postingan pada akun instagram @indozone.id dapat menyebarkan informasi berbagai informasi ter *up-to-date*, yang dimana cukup memenuhi kebutuhan informasi *followers*. Terpaan dari akun instagram @indozone.id tersebut didapatkan hasil bahwa adanya pengaruh terpaan pada akun instagram @indozone.id terhadap kebutuhan informasi *followers*.

REFERENSI

- Tawaf and Khaidir Alimin (2014). *Kebutuhan Informasi Manusia: Sebuah Pendekatan Kepustakaan*. Riau : Universitas Islam Negeri.
- Angga Saputra (2019). *Pemanfaatan Instagram Indozone.id Sebagai Media Pemenuhan Informasi dan Hiburan Bagi Pengguna Instagram*. Jakarta: Universitas Budi Luhur.
- Kus Sumartono (2015). *Pola Perilaku Penemuan Informasi (Information Seeking Behaviour) Mengenai Politik Kampus Di Kalangan Anggota Organisasi Mahasiswa Ekstra*

- Kampus Di Universitas Airlangga*. Jawa Timur: Universitas Airlangga.
- Narenda Aulia Deanawa (2016). *Analisis Kebutuhan Informasi (Information Need Assessment) Lansia Di Kota Surabaya*. Jawa Timur: Universitas Airlangga.
- Monica Utari (2017). *Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya*. Riau: Universitas Riau.
- Muslih Fathurrahman (2016). *Model-Model Perilaku Pencarian Informasi*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Dior Triandra and Ayub Ilfandy Imran (2017). *Pengaruh Terpaan Fitur Line Today Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Bandung*. Bandung: Universitas Telkom.
- Vini Anggraeni Kusuma (2021). *Pengaruh Terpaan Konten Instagram @Folkative Terhadap Minat Literasi Bagi Followers*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Muhamad Andi Wiryawan and Widyo Nugroho (2021). *Pengaruh Terpaan Akun Instagram @Bekasifood Terhadap Prefensi Dalam Memilih Kuliner Di Bekasi*. Jakarta: Universitas Gunadarma.
- Dior Triandra and Ayub Ilfandy Imran (2017). *Pengaruh Terpaan Fitur Line Today Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Bandung*
- Armida Nova Ariyanti (2022). *Pengaruh Terpaan Media Pada Layanan Email Newsletter Milik “Catch Me Up!” Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Harian Terkini Bagi Para Pelanggan (Subscribers)*.