

BAB I

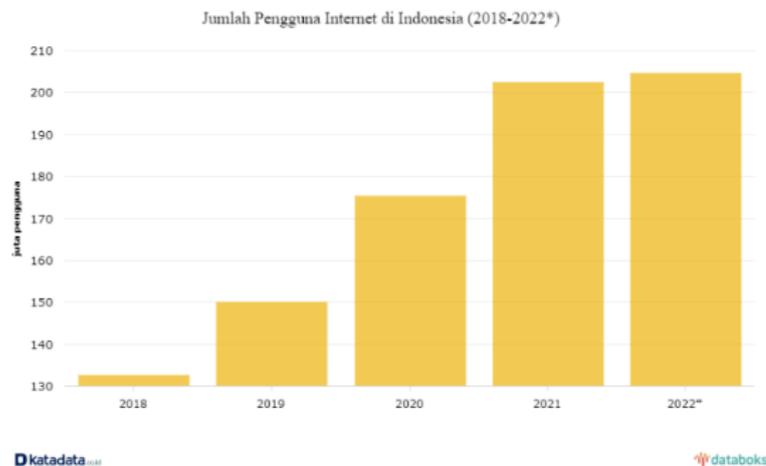
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi yang dibuktikan dengan hadirnya internet yang kemudian melahirkan sebuah media baru (*new media*), yaitu media sosial. Keberadaan media sosial menarik perhatian para pengguna media, ketertarikan pengguna terhadap media sosial yaitu untuk sarana dalam mengakses informasi.

Pesatnya perkembangan teknologi juga memberikan dampak pada perubahan proses komunikasi, yakni penyebaran informasi pada media sosial terjadi dengan cepat dan aktual sehingga para pengguna media dapat mengakses informasi dengan cepat dan mudah.

Menurut survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2019-2020, menyebutkan bahwa jumlah pemakai internet sebanyak 196.71 juta, sedangkan di tahun 2018 memperoleh jumlah presentase yang terus meningkat jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, yaitu dengan selisih 25,54 juta dalam satu tahun. Adapun dilansir dari portal berita Suara.com, Menteri Komunikasi dan Informatika yaitu Johnny G.Plata mengatakan bahwa di Indonesia pada tahun 2021 menjadi negara dengan pengguna internet terbanyak dan menduduki urutan keempat di dunia. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil survey pada tahun 2021 dengan jumlah sebesar 73,7% atau berjumlah sekitar 202,6 juta pengguna internet. Sementara itu di awal tahun 2022 menurut laporan *We Are Social*, menyebutkan total pengguna media sosial di Indonesia sebanyak 204,7 juta pengguna. Jumlah tersebut naik tipis 1,03% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

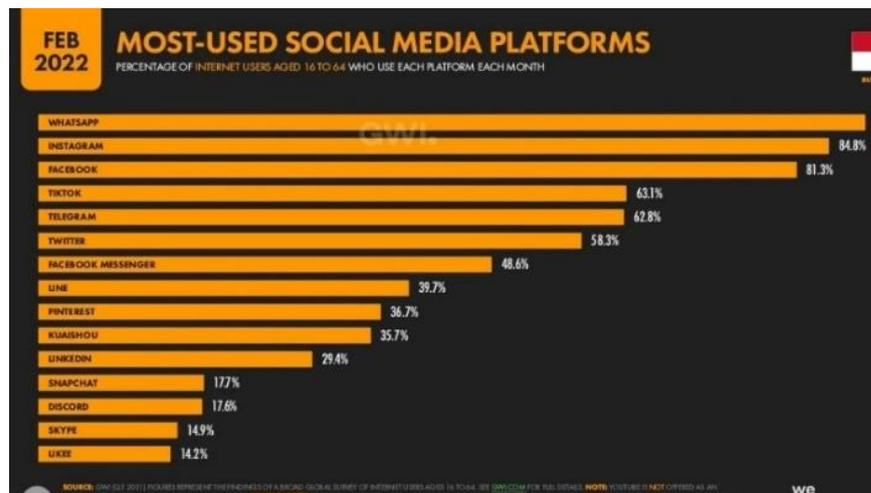


Gambar 1.1 Total Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022)

Sumber : Lembaga Riset KataData.co.id, 2022

Data tersebut menunjukkan total pengguna internet di Indonesia pada rentang tahun 2018-2022 dengan jumlah yang begitu tinggi. Hal tersebut secara tidak langsung menunjukkan jika dengan tingginya angka pengguna internet, maka tinggi juga aktivitas-aktivitas yang dilakukan para penggunanya melalui internet, salah satunya dalam pencarian informasi melalui media sosial.

Kini masyarakat di berbagai belahan dunia selalu berkomunikasi melalui media sosial seperti halnya, masyarakat yang ada di Indonesia. Masyarakat Indonesia bisa dikatakan sebagai masyarakat yang sangat intens dalam menggunakan internet, sebagai media untuk berkomunikasi. Instagram, Facebook, Twitter, dan Tiktok merupakan media sosial yang sangat digandrungi oleh masyarakat. Dengan banyaknya jumlah pengguna media sosial, diperkirakan masyarakat di seluruh dunia termasuk Indonesia sudah dapat menggunakan media sosial dengan sangat bijak, salah satunya untuk kepentingan pribadi atau berkomunikasi dan mencari informasi tentang apa yang sedang terjadi.



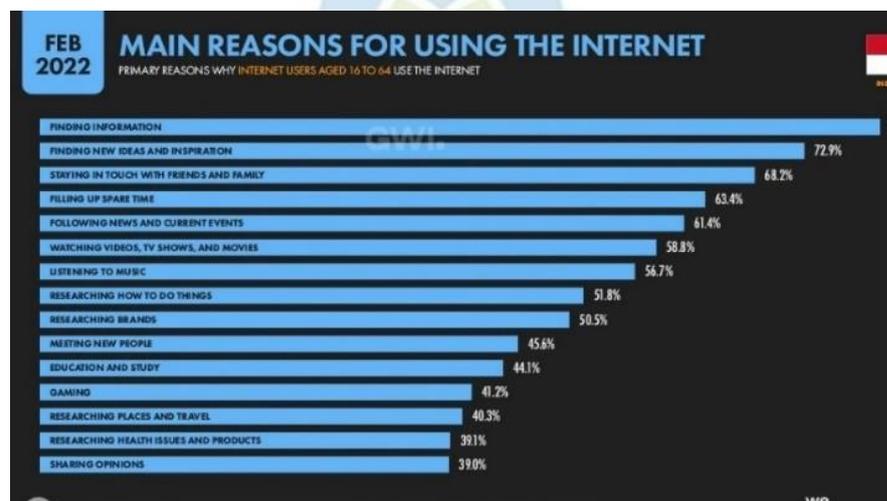
Gambar 1.2 Grafik Pengguna Media Sosial di Indonesia

Sumber :HootSuite We Are Social January, 2022

Data diatas menunjukkan bahwa media sosial sering diakses oleh masyarakat, salah satunya Instagram. Media sosial Instagram ini menjadi salah satu media sosial dengan intensitas yang tinggi di Indonesia, serta berbasis gambar dan mempunyai fitur-fitur menarik. Fitur-fitur tersebut seperti, mengunggah foto dan video, mengomentari postingan, dan membagikan postingan tersebut ke pengguna lain sehingga cakupannya lebih luas. Media sosial Intasgram ini awalnya dikembangkan oleh pemilik perusahaan Burbn,Inc yang sedang mereka kembangkan, yaitu *Kevin Systrom* dan temannya *Mike Krieger* yang berdiri sejak 6 Oktober 2010, tetapi resmi diambil alih oleh Facebook pada 9 April 2012.

Instagram merupakan media sosial yang mempunyai fitur-fitur yang sangat menarik dan fitur tersebut mudah digunakan, sehingga Instagram ini sangat diminati oleh banyak penggunanya di berbagai kalangan di belahan dunia, khususnya dikalangan anak muda seperti mahasiswa. Media sosial Instagram ini hadir menjadi salah satu sarana untuk berbagi berbagai informasi.

Banyak sekali khalayak yang memanfaatkan media sosial ini sebagai media informasi salah satunya adalah dari golongan mahasiswa. Mahasiswa dianggap sebagai penerus bangsa, para mahasiswa diharapkan menjadi manusia modern yang mampu memanfaatkan teknologi internet secara maksimal untuk melaksanakan pendidikan. Selain itu, mahasiswa juga sering kali disebut sebagai konsumen media sosial dengan intensitas yang cukup tinggi, sehingga mahasiswa masuk kedalam kategori *digital native*. *Digital native* ini memiliki arti sebagai generasi yang tumbuh dan berkembang di tengah-tengah kemajuan teknologi digital.



Gambar 1.3 Grafik Motif Pengguna Menggunakan Internet

Sumber :HootSuite We Are Social January, 2022

Data diatas membuktikan bahwa mayoritas pengguna Instagram menggunakan media sosial untuk mencari informasi. Dengan perkembangan internet yang begitu pesat membuat mahasiswa juga dapat mengakses sosial media tidak hanya untuk keperluan pribadi, tetapi juga diakses sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhan informasinya.

Salah satu portal berita yang menyajikan beritanya melalui media sosial, yaitu portal berita *Detik.com* dengan akun *Instagram* bernama @detikcom. Saat ini akun *Instagram Detik.com* memiliki sebanyak 3,7 juta *followers*, dan hingga saat ini *Detik.com* telah mengunggah sebanyak 33,7 ribu postingan berita yang ada di *feeds Instagram* miliknya. Sama seperti namanya *Detik.com*, portal berita ini aktif setiap hitungan detik untuk menyajikan berita ter-*update* atau hangat dibicarakan oleh masyarakat melalui media sosial *Instagram*. Jenis berita yang dipublikasikan oleh *Detik.com* misalnya, berita-berita terbaru baik itu *hard news* atau *soft news* yang membahas mengenai politik atau pemerintahan, berita tentang *lifestyle*, olahraga, kesehatan, dan lain sebagainya.

Dari akun *Detik.com* masyarakat khususnya mahasiswa dapat mengetahui berita-berita terbaru dari berbagai daerah termasuk kejadian yang terjadi di luar negeri sekalipun. Selain berita, melalui akun *Detik.com* juga memberikan informasi-informasi yang bermanfaat yang dapat diterapkan di kehidupan sehari-hari.

Definisi jurnalistik ialah kegiatan pencarian, pengumpulan, penulisan, *editing*, hingga penyebaran informasi yang akan diterbitkan pada koran, radio, televisi, hingga media *online*. Secara konsep, jurnalistik dapat dipahami dengan tiga sudut pandang, yakni sebagai proses, teknik, dan juga ilmu.

Dengan demikian bisa kita lihat kaitannya antara akun *Instagram Detik.com* dengan kajian keilmuan jurnalistik, yaitu mempunyai keterkaitan satu sama lain dalam hal mempublikasikan dan menyebarkan suatu informasi atau berita kepada masyarakat umum. Dengan menggunakan media sosial *instagram* ini kemudian

ditunjang oleh kecepatan dalam mengakses internet, ini mempermudah kita untuk memenuhi kebutuhan kita salah satunya dalam memenuhi kebutuhan informasi.

Informasi merupakan sebuah pesan baik berupa ucapan, ekspresi, atau gabungan dari simbol dan makna yang dapat diartikan menjadi sebuah pesan. Adapun definisi informasi ditinjau dalam aspek jurnalistik ialah pesan, ide, laporan, keterangan, atau pemikiran.

Media sosial Instagram *Detik.com* dipilih sebagai objek penelitian ini karena *Detik.com* merupakan portal berita yang menyajikan berita *online* pertama dan paling populer dikalangan pengguna internet di Indonesia, terutama dikalangan mahasiswa. Dalam penelitian ini pun mahasiswa dipilih sebagai subjek penelitian karena mereka merupakan konsumen internet dengan intensitas yang cukup tinggi, maka sangat mustahil jika mereka tidak mengakses portal berita di media sosial. Maka dengan adanya fenomena tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang keefektifan penggunaan media sosial Instagram dengan judul **“Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Detik.com Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa (Studi Deskriptif Kuantitatif Akun @Detikcom pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pernyataan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan perumusan permasalahan penelitian di antaranya sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat efektivitas media sosial Instagram *Detik.com* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung ?

2. Faktor-faktor yang memengaruhi mahasiswa UIN Bandung dalam memilih Instagram sebagai media informasi ?
3. Bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa UIN Bandung terhadap penggunaan media sosial Instagram pada akun *Detik.com* ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk, sebagai berikut :

1. Mengetahui efektivitas media sosial Instagram *Detik.com* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi mahasiswa semester 8 UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
2. Mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi mahasiswa UIN Bandung dalam memilih media sosial Instagram dalam memenuhi kebutuhannya tersebut.
3. Mengetahui tingkat kepuasan para mahasiswa UIN Bandung semester 8 terhadap penggunaan media sosial Instagram pada akun *Detik.com*.

D. Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang sudah diuraikan diatas, peneliti berharap dengan adanya penelitian ini akan mempunyai manfaat baik manfaat secara akademis maupun secara praktis. Adapun kegunaan dari penelitian ini, sebagai berikut :

1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini menjadi salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik. Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, pemahaman, wawasan, serta pengetahuan kepada mahasiswa mengenai efektivitas penggunaan media sosial instagram sebagai media informasi bagi mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

2. Kegunaan Praktis

- 1) Bagi Lembaga hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman, kesadaran, atau sebagai bahan evaluasi di berbagai media online maupun media lainnya dalam memanfaatkan sebuah platform dalam kegiatan kejournalistikannya sehingga memenuhi kebutuhan mahasiswa dalam pemenuhan kebutuhan informasi.
- 2) Bagi Mahasiswa, khususnya calon jurnalis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai bagaimana keefektifan media sosial di jaman *New Media* (media baru) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi mahasiswa. Serta diharapkan dapat menjadi acuan literatur bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya khususnya mengenai efektivitas penggunaan media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi mahasiswa.

- 3) Bagi Masyarakat diharapkan penelitian dapat memberikan wawasan serta pengetahuan tentang gambaran bagaimana efektivitas penggunaan media sosial instagram sebagai media informasi.

E. Hasil Penelitian yang Relevan

Berikut, hasil penelitian relevan yang terdapat kemiripan, namun juga terdapat perbedaannya, diantaranya yaitu :

1. Rahmi Wennadia Putri berasal dari Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2020. Penelitian yang dilakukan berjudul *“Efektivitas Akun Instagram @INFOSUMBAR Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Mahasiswa Muslim (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Mahasiswa Asrama Provinsi Sumatera Barat di Yogyakarta)*. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmi menggunakan metode kuantitatif. Berdasarkan hasil perhitungan dari ketujuh dimensi yang diteliti menunjukkan bahwa akun Instagram @Infosumbar mencapai tingkat efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi responden terkait informasi dan potensi terbaru Provinsi Sumatera Barat, sehingga tujuan dibuatnya akun tersebut dapat tercapai untuk menyebarkan informasi Provinsi Sumatera Barat secara luas dan cepat dengan memanfaatkan media sosial.
2. Ratih Rahmah Maulidina yang berasal dari Prodi Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung tahun 2021, melakukan penelitian berjudul *“Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik Siswa SMAN 79 Jakarta”* Penelitian yang dilakukan Ratih menggunakan metode

kualitatif dengan paradigma deskriptif. Hasil penelitiannya yaitu, menunjukkan bahwa para siswa SMAN 79 Jakarta mempunyai motif dalam menggunakan media sosial Instagram, yaitu dilatar belakangi oleh tiga faktor. Pertama, pada media sosial Instagram memberikan informasi dengan cepat. Kedua, para siswa dapat mengikuti akun-akun dari pendidik lainnya atau yang berkaitan dengan pendidikan. Ketiga, para siswa SMAN 79 Jakarta dapat mengakses media sosial Instagram dengan intensitas dibawah angka 5, serta dengan durasi sebanyak 3-12 jam.

3. Ghaisani Maulana berasal dari Prodi Ilmu Komunasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, tahun 2015, melakukan penelitian dengan judul *“Peran Media Sosial Twitter dalam Memenuhi Motif Mahasiswa (Studi Deskriptif Kuantitatif Mengenai Peran Media Sosial Twitter dalam Memenuhi Motif Informasi, Identitas Pribadi, Integritas, dan Interaksi Sosial Serta Hiburan Mahasiswa Universitas Islam Bandung)”* Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa dengan mengakses media sosial, khususnya Twitter dapat memenuhi kebutuhan penggunaannya serta melalui Twitter penggunaannya dapat memperoleh pengetahuan dan dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya.
4. Eggi Akmal Razzak, Prodi Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, tahun 2017, dengan judul *“Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Oleh Waspada Online Dalam Menarik Minat Pembaca”*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Hasil penelitiannya yaitu mengatakan bahwa dalam akun Instagram

Waspada Online followers memiliki peran yang sangat penting, karena dengan adanya mereka Instagram *Warpada Online* bisa dikenal dan diketahui secara luas. Portal *Waspada Online* yaitu portal yang berfokus dalam mengunggah foto yang mempunyai nilai berita atau foto jurnalistik.

5. Ade Irma Tyas Putri, Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Universitas Semarang, tahun 2019, dengan judul “*Efektivitas Penggunaan Akun Instagram @Hendrarprihadi Sebagai Media Komunikasi Dengan Masyarakat Kota Semarang*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif metode survey dengan teori Uses and Effect. Hasil dari penelitiannya yaitu, penggunaan Instagram @hendrarprihadi dikatakan efektif sebagai media komunikasi masyarakat kota Semarang, namun memiliki skala efektivitas yang tidak besar. Dan juga penelitian yang dilakukan oleh Ade Irma ini tidak sejalan dengan teori yang digunakan karena pada kenyataannya Instagram @hendrarprihadi, pemerintahan tidak mendapatkan banyak efek dalam komunikasi.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

NO.	NAMA DAN JUDUL PENELITIAN	TEORI DAN METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	<p>Rahmi Wennadia Putri berasal dari Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2020. Penelitian yang dilakukan berjudul</p> <p>Judul : <i>“Efektivitas Akun Instagram @INFOSUMBAR Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Mahasiswa Muslim (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Mahasiswa Asrama Provinsi Sumatra Barat di Yogyakarta).</i></p>	<p>Penelitian kuantitatif, Metode Deskriptif Kuantitatif, Teori Uses and Gratification.</p>	<p>Akun Instagram @Infosumbar mencapai tingkat efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi responden terkait informasi dan potensi terbaru Provinsi Sumatera Barat, sehingga tujuan dibuatnya akun tersebut dapat tercapai untuk menyebarkan informasi Provinsi Sumatera Barat secara luas dan cepat dengan memanfaatkan media sosial.</p>	<p>Persamaannya terdapat pada metode dan teori yang digunakan. Subjek yang dipilih pun sama yaitu dari kalangan mahasiswa dengan isu yang sama.</p>	<p>Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti dan juga indikator yang diteliti dalam penelitian. Jika penelitian yang dilakukan oleh Rahmi memiliki tujuh indikator, sedangkan penelitian yang akan saya lakukan memiliki sebelas indikator.</p>

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

NO.	NAMA DAN JUDUL PENELITIAN	TEORI DAN METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
2.	<p>Ratih Rahmah Maulidina, Prodi Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung tahun 2021.</p> <p>Judul: Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik Siswa SMAN 79 Jakarta.</p>	Pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, dan teori Uses and Gratications.	<p>Motif menggunakan media sosial Instagram siswa SMAN 79 Jakarta adalah:</p> <p><i>Pertama</i>, pada media sosial Instagram dapat memberikan informasi dengan cepat.</p> <p><i>Kedua</i>, para siswa dapat mengikuti akun-akun pendidik lainnya atau yang berkaitan dengan Pendidikan.</p> <p><i>Ketiga</i>, para siswa SMAN 79 Jakarta dapat mengakses media sosial Instagram dengan intensita dibawah angka 5, serta dengan durasi sebanyak 3-12 jam.</p>	Persamaannya terdapat pada objeknya, yakni sama-sama meneliti akun media sosial <i>Instagram</i> .	Perbedaannya terdapat pada metode penelitian yang mana penelitian saya menggunakan metode kuantitatif.

Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu

NO.	NAMA DAN JUDUL PENELITIAN	TEORI DAN METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
3.	<p>Ghaisani Maulina, Prodi Ilmu Komunasik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, tahun 2015.</p> <p>Judul: Peran Media Sosial Twitter dalam Memenuhi Motif Mahasiswa (Studi Deskriptif Kuantitatif Mengenai Peran Media Sosial dalam Memenuhi Motif Informasi, Identitas Pribadi, Integritas, dan Interaksi Sosial, serta Hiburan Mahasiswa).</p>	Pendekatan kuantitatif, Metode deskriptif, dan teori motivasi.	Dengan mengakses media sosial, khususnya Twitter dapat memenuhi kebutuhan penggunanya serta penggunanya dapat memperoleh pengetahuan dan dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya.	Persamaannya sama-sama meneliti media sosial dalam memenuhi kebutuhan	Perbedaannya terletak pada subjeknya yaitu bagaimana media sosial memenuhi motif siswa, sedangkan persamaannya sama-sama meneliti media sosial dalam memenuhi kebutuhan.

Tabel 1.4 Penelitian Terdahulu

NO.	NAMA DAN JUDUL PENELITIAN	TEORI DAN METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
4.	<p>Eggi Akmal Razzak, Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, tahun 2017.</p> <p>Judul: Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Oleh Waspada Online Dalam Menarik Minat Pembaca.</p>	Pendekatan kuantitatif, Metode deskriptif, Teori Uses and Gratifications.	<p><i>Followers</i> mempunyai peran penting dalam akun Instagram <i>Waspada Online</i>, karena dengan adanya mereka Instagram <i>Waspada Online</i> dapat dikenal dan diketahui secara luas. Portal <i>Waspada Online</i> yaitu portal yang berfokus dalam mengunggaj foto yang bernilai berita atau foto jurnalistik.</p>	Persamaannya terletak pada objek dan metode penelitian yang dilakukan	Perbedaannya terletak pada subjeknya dimana Eggi menjadikan minat para pembaca menjadi subjek penelitiannya,

Tabel 1.5 Penelitian Terdahulu

NO.	NAMA DAN JUDUL PENELITIAN	TEORI DAN METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
5.	<p>Ade Irma Tyas Putri, Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Universitas Semarang, tahun 2019.</p> <p>Judul : Efektivitas Penggunaan Akun Instagram @Hendrarpriyadi Sebagai Media Komunikasi Dengan Masyarakat Kota Semarang.</p>	Pendekatan Kuantitatif, Metode Survey, Teori Uses and Effect.	Penggunaan Instagram @hendrarpriyadi dikatakan efektif sebagai media komunikasi masyarakat kota Semarang, namun memiliki skala efektivitas yang tidak besar. Dan juga penelitian yang dilakukan oleh Ade Irma ini tidak sejalan dengan teori yang digunakan karena pada kenyataannya Instagram @hendrarpriyadi, pemerintahan tidak mendapatkan banyak efek dalam komunikasi.	Persamaannya terdapat pada jenis pendekatan dan metode penelitian yang dipilih yaitu pendekatan kuantitatif dan metode survey.	Perbedaannya terletak pada teori yang digunakan, dimana pada penelitian Ade Irma menggunakan teori Uses and Effect, sedangkan pada penelitian yang akan saya lakukan menggunakan teori Uses and Gratifications.

F. Kerangka Pemikiran

F.1 Landasan Teori

Teori komunikasi yang relevan dalam penelitian ini yaitu *Uses and Gratifications*, yang pertama kali dikenalkan oleh Herbert Blumer, Elihu Katz, dan Michael Gurevitch tahun 1974. Teori ini merupakan salah satu hasil dari model komunikasi yaitu model jarum suntik atau jarum hipodermik. Teori *uses and gratifications* mempunyai dua poin utama yang mengacu pada penggunaan (*uses*) dan pemenuhan (*gratifications*).

Asumsi dasar teori *uses and gratifications* ialah tidak memiliki ketertarikan terhadap apa yang dilakukan oleh media kepada khalayak, tetapi tertarik terhadap apa yang dilakukan oleh khalayak kepada media. Dapat disimpulkan dari asumsi tersebut bahwa khalayak mempunyai peran yang aktif dalam memilih, menggunakan, dan memiliki suatu media dalam pemenuhan kebutuhannya.

Nawiroh Vera (2016:154), ia mengatakan bahwa fokus teori ini terdapat pada penggunaan dan pemenuhan atas kebutuhan seseorang. Pada teori ini pun memiliki pendapat bahwa pengguna media memiliki kebijakan dan kekuatan yang cukup tinggi yang dapat memengaruhi keefektifan suatu media. Apabila dalam penggunaan suatu media mempunyai tingkat penggunaan yang tinggi, maka dapat dikatakan bahwa semakin besar juga pengaruhnya terhadap keefektifan media yang sedang digunakan.

Berdasarkan penjelasan teori diatas, peneliti menggunakan teori *uses and gratifications* karena relevan dengan penelitian yang dilakukan, dengan melihat bagaimana efektivitas penggunaan media sosial instagram terhadap pemenuhan

informasi bagi mahasiswa UIN Bandung, ini sesuai dengan asumsi teori *uses and gratifications*.

F.2 Kerangka Konseptual

1) Pengertian Efektivitas

Kata efektif berasal dari Bahasa Inggris yaitu *Effectiva* yang memiliki arti berhasil atau suatu pekerjaan dilakukan dengan sangat baik. Adapun menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), efektivitas ialah daya guna, keaktifan, serta terdapat kesamaan dalam suatu kegiatan yang sedang dilakukan seseorang, dengan keinginan tugas yang dikerjakan sesuai dengan tujuan yang dicapai.

Menurut Hardjana (2000: 11-12) mengatakan bahwa dalam mengukur efektivitas komunikasi dapat dilihat dari beberapa indikator, seperti, penerima atau pengguna, pesan, ketepatan waktu, saluran komunikasi, format, serta sumber pesan.

2) Media Sosial

Media sosial ialah media dalam jaringan yang dimanfaatkan oleh khalayak untuk berkomunikasi jarak jauh serta berinteraksi dengan orang lain, serta digunakan untuk memperoleh sebuah informasi. Hadirnya media sosial sebagai saran komunikasi yang menghubungkan antar pengguna media sosial di berbagai daerah di Indonesia, bahkan Dunia.

Menurut pernyataan Gohar yang dikutip dalam buku yang ditulis Kementerian Komunikasi dan Informatika (2018: 4), menyatakan media sosial merupakan :

“Sebuah platform *online* yang dapat digunakan dengan mudah untuk membuat dan membagikan konten yang bersifat informasi, opini, hingga minat dalam konteks yang sangat beragam kepada khalayak pengguna platform tersebut”.

3) Media Baru (*New Media*)

New Media atau media baru lahir karena terjadi perkembangan pada media massa. Secara bahasa, media baru merupakan perkembangan teknologi dalam penyampaian pesan tanpa khalayak harus melakukan interaksi langsung atau *face to face* karena dibantu dengan internet. Secara sederhana media baru menyajikan sebuah pesan yang disajikan melalui bantuan internet yang dapat diakses dengan mudah, Menurut Ron Rice (dalam Mukarom, 2021 : 181), menjelaskan bahwa media baru ialah suatu media teknologi komunikasi yang melibatkan sebuah komputer didalamnya, serta menyediakan penggunaannya untuk saling berinteraksi.

4) Instagram

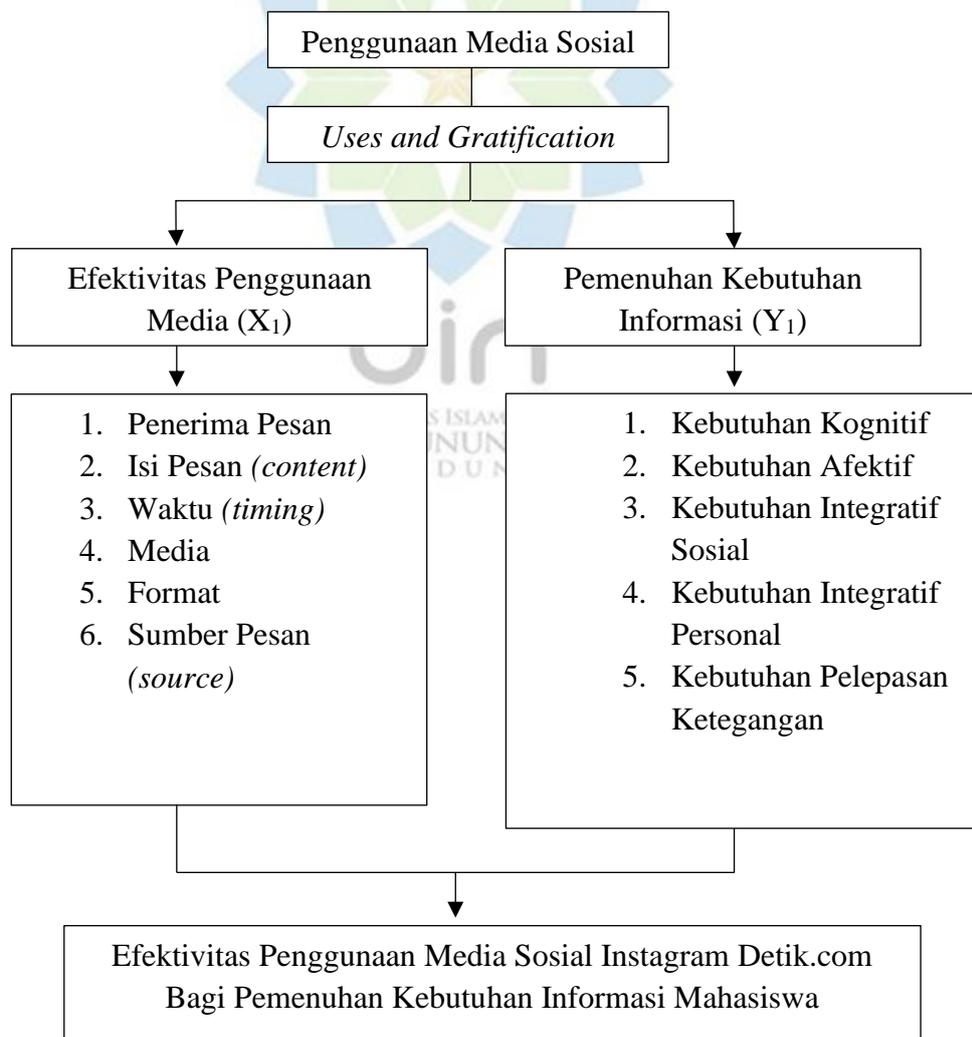
Instagram merupakan salah satu media sosial yang hadir berbasis gambar dan mempunyai fitur-fitur menarik seperti halnya mengunggah foto dan video, mengomentari postingan, dan membagikan postingan tersebut ke pengguna lainnya sehingga cakupannya lebih luas. Media sosial Instagram ini awalnya dikembangkan oleh pemilik perusahaan Burbn, Inc yang sedang mereka kembangkan, yaitu *Kevin Systrom* dan temannya *Mike Krieger*. Media sosial Instagram berdiri sejak 6 Oktober 2010, tetapi Instagram resmi diambil alih oleh Facebook sejak 9 April 2012. Disisi lain, Instagram ini digunakan untuk menyampaikan atau mempublikasikan sebuah informasi yang kita sebut berita. Sebenarnya suatu informasi atau berita ini dapat di sebarluaskan melalui media apa saja. Namun, sekarang media yang sering dipakai oleh para masyarakat dan khususnya para

mahasiswa untuk mengakses portal berita tersebut melalui media sosial ialah Instagram.

5) Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Adapun menurut Katz Gurevitch & Hass (dalam Severin dan Tankard, 2005: 357) mempunyai keyakinan terhadap jenis-jenis kebutuhan manusia yang akan dipenuhi oleh media dapat diklasifikasikan kedalam lima kelompok, yakni antara lain : Kebutuhan Kognitif, Kebutuhan Afektif, Kebutuhan Integratif Sosial, Kebutuhan Integratif Personal, Kebutuhan Pelepasan Ketegangan.

Maka, dalam penelitian ini dapat dihasilkan kerangka pemikirannya, yaitu:



Sumber: Data Diolah Peneliti, 2022

G. Hipotesis

Prof. Dr. S. Nasution (dalam Jonathan, 2006: 37), menjelaskan definisi hipotesis ialah pernyataan yang belum pasti karena bersifat dugaan tentang apa yang sedang kita amati dan kita pahami. Beliau juga menjelaskan bahwa fungsi dari menentukan hipotesis yakni, untuk pengujian suatu kebenaran dari teori, mengembangkan suatu teori, dan memperluas pengetahuan peneliti mengenai suatu fenomena yang sedang diteliti.

Terdapat dua jenis hipotesis yang digunakan dalam penelitian, yakni :

- a. Hipotesis Kerja (H_a) : Hipotesis alternatif/kerja.
- b. Hipotesis nol (H_0) : Hipotesis nol/statistik.

Hipotesis pada penelitian ini adalah :

- a. H_a : Terdapat efektivitas penggunaan media sosial Instagram @detikcom dalam pemenuhan kebutuhan informasi bagi mahasiswa UIN Bandung.
- b. H_0 : Tidak terdapat efektivitas penggunaan media sosial Instagram @detikcom dalam pemenuhan kebutuhan informasi bagi mahasiswa UIN Bandung.

H. Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Bebas (X)

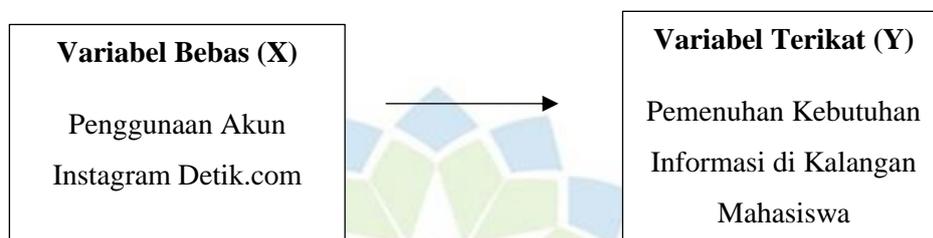
Variabel bebas ialah variabel yang memengaruhi variabel lainnya.

Dalam penelitian ini variabel bebasnya ialah efektivitas penggunaan media sosial Instagram *Detik.com*.

2. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat ialah variabel yang diperkirakan menjadi kausalitas dari variabel bebas, atau yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya ialah pemenuhan kebutuhan informasi bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa UIN Bandung angkatan 2018.

Tabel 1.2 Variabel Bebas dan Terikat



Selain operasional variabel penelitian, adapun indikator dari setiap variabel tersebut, yaitu :

Tabel 1.3 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala
1.	Efektivitas Penggunaan Akun Instagram <i>Detik.com</i> (X).	<ul style="list-style-type: none"> • Penerima Pesan • Pesan • Waktu • Media • Format • Sumber Pesan 	Likert
2.	Pemenuhan Kebutuhan Informasi bagi Mahasiswa UIN Bandung angkatan 2018 (Y).	<ul style="list-style-type: none"> • Kebutuhan Kognitif • Kebutuhan Afektif • Kebutuhan Integratif Sosial • Kebutuhan Pelepasan Ketegangan • Kepuasan 	Likert

H. Langkah - Langkah Penelitian

H.1 Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilakukan di rumah peneliti sendiri yang beralamat di Kp.Cijambe Desa.Cinunuk, dengan subjek penelitiannya Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, dengan alamat kampus di JL. A.H Nasution No.105 Cibiru, Kota Bandung. Subjek penelitian tersebut akan dijadikan wadah untuk pengumpulan data baik primer maupun sekunder.

H.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma penelitian yang diterapkan ialah positivisme, yang menyatakan bahwa dengan menggunakan metode ilmiah dapat memperoleh ilmu pengetahuan. Adapun pendekatan penelitian yang diterapkan ialah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif ialah penelitian dengan melakukan pengujian teori, yang akan diukur dengan angka. Pada pendekatan kuantitatif disertai dengan melakukan analisis menggunakan prosedur statistik, serta digunakan untuk menunjang kebenaran maupun kebasahan hasil penelitian.

H.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang diterapkan ialah deskriptif dengan menggunakan metode survey. Metode survey ialah metode yang digunakan dengan mengambil sampel dari jumlah populasi dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dalam mengumpulkan data. Menurut Jonathan (2006: 28), kuisisioner ialah salah satu prosedur yang sangat penting dilakukan untuk pengambilan data.

H.4 Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Jenis data yang akan diperoleh dalam penelitian ini yaitu dari hasil pengumpulan jawaban kuisisioner yang disebarakan kepada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Mahasiswa yang dipilih ialah yang merupakan *followers* atau pengikut dari akun Instagram *Detikcom*, dengan fokus penelitian yaitu melihat tingkat efektivitas penggunaan media sosial Instagram *Detik.com* dalam pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa UIN Bandung.

2) Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data primer akan diperoleh melalui profil akun media sosial Instagram *Detik.com* juga melalui hasil kuisisioner penelitian, yang telah disebarakan kepada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang merupakan *followers* atau pengikut dari akun Instagram *Detik.com*.

b. Sumber Data Sekunder

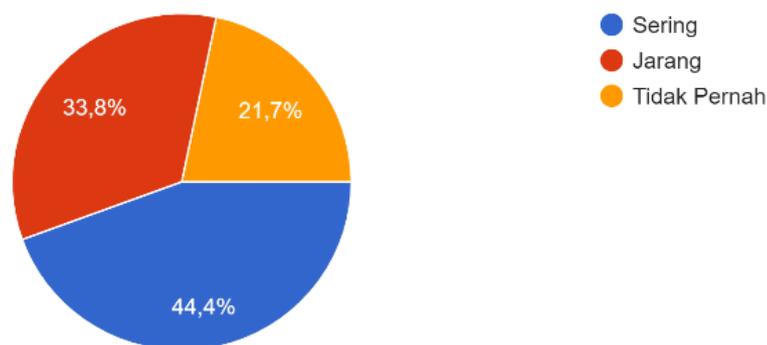
Data sekunder pada penelitian ini didapat dari berbagai sumber seperti web *Detik.com*, berbagai literatur, karya ilmiah (jurnal), skripsi dan informasi lainnya yang berhubungan dengan teori serta masalah yang sedang diteliti.

H.5 Populasi dan Sampel

1) Populasi

Populasi merupakan jumlah objek penelitian seluruhnya ataupun subjek yang mempunyai mutu serta indikator khusus, yang dipilih peneliti sehingga dapat

dianalisa lalu dibuat kesimpulan dari hasil analisa dan penelitian. Adapun populasi pada penelitian ini, peneliti melakukan sebuah observasi terlebih dahulu dengan menyebarkan kuisisioner secara *online* kepada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan tujuan untuk mencari tahu jumlah mahasiswa yang menjadi *followers* dari akun Instagram Detik.com. Hasil akhir mahasiswa yang mengisi kuisisioner pra survey tersebut sebanyak 405 mahasiswa, dengan rincian jumlah mahasiswa yang merupakan *followers Detik.com* sebanyak 272 orang sedangkan sisanya sebanyak 133 merupakan mahasiswa yang tidak menjadi *followers* dari *Detik.com*. Kemudian, jumlah tersebut dikerucutkan lagi dengan rincian mahasiswa yang sering membuka akun Instagram *Detik.com* sebanyak 180 orang, yang jarang membuka sebanyak 137 orang, dan sebanyak 88 orang menyatakan tidak pernah membuka media sosial Instagram *Detik.com*. Maka, peneliti akan mengambil jumlah populasi mahasiswa yang sering membuka akun Instagram Detik.com yaitu sebanyak 180 orang.



Gambar 1.4 Jumlah Mahasiswa yang Membuka Instagram *Detik.com*

Sumber: Hasil Kuesioner Observasi Penelitian, 2022

2) Sampel

Definisi sampel menurut Sugiyono (2008 : 118), adalah sebagian kecil dari total keseluruhan sebuah populasi. Jika populasi berjumlah besar, maka tentunya peneliti tidak memungkinkan untuk meninjau keseluruhan populasi.

Pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Teknik *Purposive Sampling* ialah teknik yang dipakai oleh peneliti berdasarkan kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, tolak ukur yang digunakan yaitu mahasiswa aktif UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2018 serta merupakan *followers* akun Instagram *Detik.com*.

Pada penelitian ini memakai Rumus Slovin yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang mewakili secara umum, sehingga dapat dilakukan dengan rumus perhitungan sederhana.

Berikut perhitungan sampel dengan menggunakan Rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Dengan catatan :

N : Ukuran Populasi

n : Ukuran Sampel

e : Kesalahan pengambilan sampel atau nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan.

Batas kesalahan atau nilai kritis yang ditentukan pada penelitian ini sebesar 10%. Sehingga diketahui dari total populasi pengikut Instagram *Detik.com* melalui batas ketelitian 10%, maka menghasilkan perhitungan sampel sebagai berikut :

$$n : \frac{180}{1+180.10\%^2} = \frac{180}{1+180.0,01} = \frac{180}{5,05} = 64,285$$

Diketahui dari hasil perhitungan menggunakan rumus slovin diatas, diperoleh sampel sebesar 64,285 yang dibulatkan menjadi 64 sampel responden dari total jumlah populasi.

H.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam peneliti ini. Maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1) Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan data yang telah diperoleh langsung dari kondisi lingkungan objek penelitian. Observasi penelitian ini dilakukan dengan melihat aktivitas penggunaan media sosial Instagram melalui akun *Detik.com*, pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang merupakan *followers* atau pengikut dari akun Instagram *Detik.com*.

2) Studi Dokumen / Studi Pustaka

Studi dokumen yang dilakukan peneliti, yaitu menggunakan informasi-informasi yang relevan. Dimana sumber informasi tersebut berasal dari jurnal,

buku, penelitian terdahulu, serta sumber studi kepustakaan lainnya yang dipandang sesuai dengan tema penelitian ini.

3) Kuisisioner / Instrumen Penelitian

Kuisisioner ialah teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dengan memublikasikan beberapa pernyataan atau pertanyaan kepada responden. Kuisisioner tersebut juga menjadi teknik pengumpulan data yang dianggap efisien dengan beberapa indikator menjadi tolak ukur dalam penelitian. Kuisisioner tersebut akan disebarluaskan kepada mahasiswa aktif UIN Sunan Gunung Djati Bandung melalui WhatsApp ataupun DM Instagram.

H.7 Teknik Analisis Data

Pada teknik analisis data diterapkan dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Tujuan dari metode deskriptif kuantitatif yaitu untuk menggambarkan seberapa besar tingkat efektivitas penggunaan media sosial Instagram *Detik.com* bagi pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa. Berikut teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, di antaranya sebagai berikut :

1) Penilaian Skala Likert

Skala Likert ialah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok mengenai fenomena atau gejala sosial. Kemudian dengan skala likert variabel penelitian yang akan diukur tersebut dipecahkan ke dalam beberapa dimensi. Selanjutnya dimensi

tersebut diuraikan lagi sehingga menjadi indikator-indikator yang dapat diukur dan menjadi tolak ukur penelitian.

Skala likert memiliki 5 pilihan dalam tingkat perhitungannya, yakni Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (RR), Tidak Setuju (TS), hingga Sangat Tidak Setuju (STS). Berikut tabel pilihan pada skala likert, sebagai berikut :

Tabel 1.4 Skor Penilaian Skala Likert

Uraian Pertanyaan dalam Skala Likert			
Kategori	Singkatan	Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	SS	5	Tergantung Hasil Perhitungan
Setuju	S	4	
Ragu-ragu	RR	3	
Tidak Setuju	TS	2	
Sangat Tidak Setuju	STS	1	

2) Teknik Statistik Deskriptif

Pernyataan Sarwono (2006: 138) mengenai teknik statistik deskriptif yaitu mengarah pada perubahan data mentah ke dalam bentuk yang lebih mudah untuk dipahami, dan ditafsirkan tujuan data atau angka yang diperoleh kepada pembaca. Dalam teknik statistik deskriptif biasanya memakai formula yang akan digunakan, yakni mean (rata-rata), jumlah/frekuensi (presentase), standar deviasai, yang digunakan sebagai cara untuk mengelompokkan variabel yang diteliti. Hasil dari teknik analisis ini biasanya berbentuk tabulasi atau diagram.

3) Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk mencari tahu tingkat keakuratan dari sebuah data yang telah diperoleh dalam penelitian kuantitatif. Dalam

melakukan uji validitas, peneliti mengujinya dengan bantuan SPSS Versi 25. SPSS merupakan suatu program analisis statistik yang dapat dioperasikan dengan mudah. Keuntungan dalam memakai bantuan SPSS ini yaitu proses analisis data dapat dilakukan dengan mudah dan cepat, serta hasil datanya pun akurat.

Adapun uji reliabilitas ialah suatu pengujian yang memiliki fungsi untuk mencari tahu seberapa besar hasil pengukuran, jika pada pengukuran dilakukan sebanyak dua kali atas data yang sama. Menurut Sugioyono (2015) menjelaskan definisi reliabilitas merupakan derajat konsistensi dari sebuah data dengan jangka waktu tertentu. Biasanya dalam melakukan pengujian, uji reliabilitas ini menggunakan teknik rumus Alpha Cronbach. Pada alpha cronbach ini mempunyai nilai koefisien $> 0,6$. Apabila kita memperoleh hasil nilai koefisien yang melebihi alpha Cronbach 0,6, maka data yang diperoleh dalam penelitian dianggap reliabel.

4) Uji Normalitas

Uji normalitas ialah pengujian yang dilakukan pada penelitian kuantitatif yang memiliki tujuan untuk mengetahui dan menilai apakah data yang dikumpulkan terdistribusi normal ataukah tidak. Pada penelitian ini akan melakukan proses pengujian normalitas dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25.

5) Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana ialah teknik statistik yang dilakukan untuk melihat prediksi tinggi atau rendahnya kecenderungan variabel independent yang bergejala interval atau rasionya sudah diketahui. Analisis regresi linier sederhana dapat melihat pola hubungan dari variabel penelitian, juga untuk mencari tahu besarnya perubahan yang ada pada variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu, untuk memberikan prediksi mengenai variabel dependen jika nilai variabel independent diketahui. Berikut rumus persamaan dari analisis regresi linier sederhana, yaitu :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen

X = Variabel independen

a = Nilai Konstanta

b = Nilai Koefisien Regresi (pengaruh positif atau negative)

6) Uji Hipotesis

Hipotesis ialah dugaan atau pernyataan yang sifatnya sementara dan berasal dari rumusan masalah yang perlu diketahui kebenarannya. Hipotesis terdiri dari H_a dan H_0 . Uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dibantu dengan SPSS Versi 25.

7) Analisis Koefisien Determinasi

Analisis Koefisien Determinasi (R Square) bertujuan untuk melihat seberapa besar variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Besarnya nilai

koefisien determinasi menentukan kuat atau tidaknya suatu hubungan antara variabel X dan Y, apabila memperoleh nilai yang kecil maka semakin terbatas hubungannya begitupun sebaliknya. Besaran nilai koefisien determinasi yaitu antara 0-1. Apabila memperoleh nilai koefisien determinasi yang tinggi yakni diatas 80% maka dianggap baik (Ratna, et al., 2021 : 81).

Perhitungan analisis koefisien determinasi pada penelitian ini dibantu dengan bantuan SPSS Versi 25, dengan melakukan perhitungan data terlebih dahulu sehingga untuk memperoleh nilai koefisien determinasinya akan muncul pada tabel Model Summary^b di bagian kolom adjusted R Square. Adapun dengan melakukan perhitungan manual menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

R² = Koefisien Korelasi