

THE INFLUENCE OF INSTAGRAM ACCOUNT @JKTINFO TOWARD FULFILLMENT OF TRAFFIC INFORMATION NEEDS (Survey Toward Followers of Instagram Account @jktinfo)

Arshinta Eka Putri

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

Email: arshintaputri13@gmail.com

Abstract

@jktinfo is an Instagram account that spread information about the city of Jakarta and surrounding areas. The most widely disseminated information is about Jakarta's traffic conditions. Information uploaded as content are photos, videos and captions. This study aims to determine how much influence the @jktinfo Instagram account content has on fulfilling followers' information needs. The theory uses of this study is Uses and Gratification. The concept in this study include citizen journalism, social media, Instagram, content, photos, videos, captions, information needs and traffic. The research method used in this study is quantitative. The sampling technique uses random sampling and the study population is followers of the Instagram account @jktinfo, with a total sample of 100 results from the Taro Yamane formula. The results of the coefficient of determination test in this study showed that 49.2% of the traffic information needs of followers is influenced by the content of the Instagram account @jktinfo, while the remaining 51.8% is influenced by other factors not examined. Hypothesis test results show that the content of the Instagram account @jktinfo has a significant effect on meeting the information needs of its followers.

Keywords: Instagram, Information Needs, Content, Traffic, Social Media.

PENGARUH KONTEN AKUN INSTAGRAM @JKTINFO TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI LALU LINTAS FOLLOWERS (Survei Terhadap Followers Akun Instagram @jktinfo)

Abstrak

@jktinfo merupakan akun Instagram yang menyebarkan informasi seputar kota Jakarta dan sekitarnya. Informasi yang paling sering disebarkan adalah mengenai kondisi lalu lintas kota Jakarta. Informasi diunggah dalam konten-konten berupa foto, video dan *caption*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten akun Instagram @jktinfo (variabel X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* (variabel Y). Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah *teori Uses and Gratification*. Konsep pada penelitian ini mencakup *citizen journalism*, media sosial, Instagram, konten, foto, video, *caption*, kebutuhan informasi dan lalu lintas. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik sampling menggunakan *random sampling* dan populasi penelitian ini adalah *followers* akun Instagram @jktinfo, dengan jumlah sampel sebanyak 100 hasil dari rumus Taro Yamane. Hasil uji koefisiensi determinasi pada penelitian ini menunjukkan bahwa 49,2% kebutuhan informasi lalu lintas *followers* dipengaruhi oleh konten akun Instagram @jktinfo, sedangkan sisa sebanyak 51,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa konten akun Instagram @jktinfo memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followersnya*

Kata Kunci: Instagram, Kebutuhan Informasi, Konten, Lalu Lintas, Media Sosial.

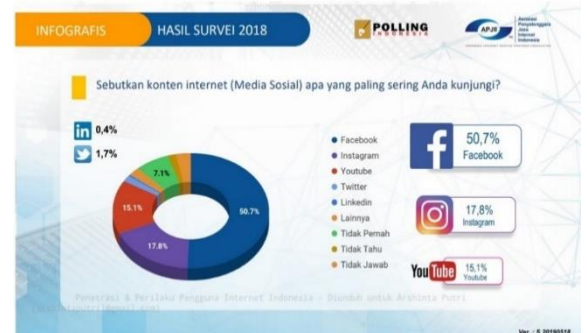
PENDAHULUAN

Internet kini menjadi sarana yang selalu digunakan untuk membantu mempermudah aktivitas manusia, terutama dalam kegiatan berkomunikasi. Menurut Livingstone (McQuail, 2012:151), internet adalah kombinasi dari interaktivitas dengan ciri inovatif bagi komunikasi massa, yaitu jenis konten yang tidak terbatas, jangkauan khalayak, dan sifat global dari komunikasi. Oleh karenanya, internet menjadikan kegiatan berkomunikasi dapat dilakukan kapan pun dan dimana pun, sehingga biaya yang dikeluarkan menjadi sangat murah.

Internet juga memiliki kegunaan sebagai sarana penyebaran informasi. Melalui internet, masyarakat menjadi mudah dalam mencari maupun menyebarkan informasi. Tidak mengherankan jika saat ini, internet telah menjadi kebutuhan pokok yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan sehari-hari.

Masifnya penggunaan internet, bisa dilihat dari hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJI) pada tahun 2018. Berdasarkan survei, ditemukan bahwa penetrasi pengguna internet secara total di Indonesia telah digunakan oleh 171,17 juta jiwa dari total populasi sebanyak 264,16 juta penduduk. Hasil ini menunjukkan peningkatan sebanyak 10,12%, dibandingkan survei tahun sebelumnya yang menunjukkan 143,26 juta

jiwa pengguna internet di Indonesia.



Gambar 1. Hasil Survei APJII Mengenai Konten Internet yang Sering Dikunjungi

(Sumber: Hasil Survei APJII 2018)

Selain itu, survei tersebut juga menunjukkan pengguna internet lebih sering mengakses media sosial. Berbagai media sosial yang digunakan, yaitu Facebook dengan presentase pengguna mencapai 50.7%, kemudian diikuti oleh Instagram, Youtube, Twitter dan LinkedIn. Hal ini seakan menunjukkan, bahwa penduduk di Indonesia aktif menggunakan internet untuk mengakses media sosial.

Saat ini pengguna media sosial berjumlah ratusan juta orang, yang berasal dari seluruh penjuru dunia. Melalui akun-akun media sosial yang dimiliki, semua orang dapat saling terhubung melalui layanan pertemanan yang tersedia. Akun-akun media sosial tersebut, tidak hanya digunakan oleh perorangan saja, namun juga bisa digunakan untuk mewakili suatu lembaga, organisasi, komunitas, perusahaan, dan lainnya, yang biasanya dikelola oleh admin media sosial.

Media sosial juga digunakan sebagai sarana untuk menyebarkan informasi.

Melalui media sosial, penggunaanya dapat menyebarkan berbagai informasi yang bisa dijangkau atau diketahui oleh orang lain melalui unggahan berupa foto, video, maupun *caption* atau teks.



Gambar 2. Tampilan Instagram @jktinfo

(Sumber: <https://www.Instagram.com/jktinfo>)

Akun @jktinfo, merupakan salah satu contoh akun media sosial yang dikelola oleh admin yang tidak terikat oleh instansi ataupun pemerintah, dengan menggunakan Instagram sebagai media untuk menyebarkan informasi. Akun Instagram @jktinfo ini menyebarkan informasi mengenai DKI Jakarta dan sekitarnya, dengan mengunggahnya melalui foto, video, dan *caption*. Informasi yang diunggah adalah peristiwa atau kejadian yang baru saja terjadi, berupa foto atau video dan kemudian disertakan *caption* atau teks yang berisikan penjelasan singkat mengenai suatu peristiwa.

Meskipun singkat, *caption* yang ditautkan tetap memperhatikan unsur penting dalam berita, yaitu unsur 5W+1H. Menurut Muhtadi (2016:136), berita yang baik adalah berita yang komperhensif, yaitu yang

mencakup semua jawaban atas pertanyaan-pertanyaan *who, what, when, where, why* dan *how*. Keenam pertanyaan tersebut menjadi *guide* bagi para penulis berita, yang juga merupakan aspek-aspek yang dapat membangkitkan ketertarikan minat pembacanya.

Cara kerja dari akun Instagram @jktinfo adalah dengan mengandalkan informasi yang diperoleh warga Jakarta yang menemukan suatu kejadian atau peristiwa yang baru saja terjadi. Informasi tersebut diunggah pada akun Instagram dengan menautkan atau men-tag @jktinfo. Selanjutnya, informasi tersebut akan diunggah kembali oleh admin, sehingga informasi dapat muncul pada akun Instagram @jktinfo.

Tercatat sejak akun Instagram @jktinfo dibuat pada 15 Januari 2017 hingga per tanggal 14 Oktober 2019, akun ini telah mengunggah lebih dari 24.900 unggahan dan telah diikuti sebanyak 1.800.000 atau 1,8 juta *followers*. Banyaknya jumlah pengikut tersebut, dikarenakan akun Instagram @jktinfo aktif dan cepat dalam penyebaran informasi. Jenis informasi yang paling sering diunggah adalah informasi tentang arus lalu lintas dan kemacetan di wilayah DKI Jakarta dan sekitarnya.

Selain itu, keunikan dari akun ini adalah dengan menggunakan *caption* yang singkat, padat, dan jelas. *Caption* tersebut berguna

untuk menjelaskan unggahan foto atau video. Keringkasan *caption* tersebut, mempermudah pembaca mengetahui informasi hanya dalam waktu sepersekian detik.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis memiliki tujuan untuk meneliti apakah terdapat pengaruh konten akun Instagram @jktinfo dalam memenuhi kebutuhan informasi *followers*. Penulis ingin memfokuskan pada jenis kebutuhan informasi yang berkaitan tentang lalu lintas kota Jakarta dan sekitarnya. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Konten Akun Instagram @jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lalu Lintas *Followers*” (Survei Terhadap *Followers* Akun Instagram @jktinfo).

KERANGKA TEORI

Media Sosial

Menurut Boyd (Nasrullah, 2016:11), menjelaskan bahwa media sosial sebagai perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dalam kasus tertentu saling berkomunikasi. Oleh karena itu, media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten yang dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah wadah bagi manusia untuk berkomunikasi,

berinteraksi, dan bertukar informasi secara digital antarindividu yang terintergrasi melalui jaringan internet.

Instagram

Instagram (bisa juga disebut IG atau Insta) adalah layanan jejaring sosial atau aplikasi untuk berbagi foto dan video, yang dimiliki oleh perusahaan Facebook.Inc. Aplikasi Instagram ini memungkinkan para penggunanya untuk mengunggah foto dan video, yang juga dapat diedit dengan berbagai filter yang tersedia. Instagram juga bisa menautkan lokasi dan *men-tag* pengguna lainnya dengan fitur *arroba* (@), agar unggahan dapat diketahui oleh akun yang disinggung atau *di-tag*. Tidak hanya itu, penggunanya juga dapat menyukai dan memberikan komentar pada suatu unggahan, serta bisa juga menjadi *following* atau *followers* dari akun pengguna Instagram lainnya.

Konten

Menurut Simarmata (2010:22), konten adalah adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten ini dapat berupa teks, citra (gambar), grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan, dan lain-lain. Dengan kata lain, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dengan format elektronik.

Berdasarkan pengertian tersebut, konten bisa diartikan sebagai teks, gambar, audio maupun video, yang membentuk menjadi suatu kesatuan informasi dan dihasilkan oleh pengguna media melalaui perangkat

elektronik. Konten dalam penelitian ini, mengacu pada pada media sosial Instagram yaitu berupa foto, video dan *caption* atau teks.

Kebutuhan Informasi

Informasi merupakan pesan atau data yang baru kepada seseorang ataupun khalayak melalui media komunikasi. Informasi disampaikan dengan tujuan menjadikan orang yang semula tidak tahu, menjadi tahu dan mengerti tentang suatu informasi. Informasi akan selalu dibutuhkan dan dicari oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan akan pengetahuan. Sehingga semakin banyak informasi yang didapatkan, semakin luas pula pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang. Menurut Guha (2004:18), terdapat beberapa jenis kebutuhan terhadap informasi, yaitu :

1. *Current need approach* (Pendekatan kebutuhan informasi terbaru).
2. *Everyday need approach* (Pendekatan kebutuhan informasi rutin).
3. *Exhaustic need approach* (Pendekatan kebutuhan informasi mendalam)
4. *Catching-up need approach* (Pendekatan kebutuhan informasi ringkas)

Teori Penelitian

Menurut para pendirinya, Elihu Katz, Jay G. Blumer, dan Michael Gurevitch, *uses and gratification* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan-harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media berlainan

(atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, barangkali termasuk juga yang tidak kita inginkan (Rakhmat, 2016:203).

Sedangkan menurut Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss (2011:426), mengatakan bahwa teori pendekatan penggunaan dan kepuasan ini, konsumen atau khalayak dianggap sebagai audiens aktif yang diarahkan oleh tujuan. Khalayak sangat bertanggung jawab dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Selain itu, teori ini juga mengatakan bahwa media dianggap sebagai perantara yang besar, artinya mereka tahu akan kebutuhan mereka dan bagaimana cara memenuhi kebutuhan tersebut.

Berdasarkan pemahaman tersebut, dapat diartikan jika teori *uses and gratification* memandang individu sebagai makhluk yang aktif dan sangat selektif dalam memilih media mana yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Teori ini memberikan kebebasan kepada individu untuk memilih untuk menggunakan atau tidak menggunakan suatu media, demi mencapai timbal balik berupa pemenuhan kebutuhan yang dikehendakinya. Pemilihan media ini didasarkan pada ketahuan individu akan kebutuhannya dan bagaimana cara memenuhi kebutuhan tersebut, melalui media yang dipilih dan digunakan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Kriyantono (2002:55), metode penelitian kuantitatif adalah metode yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya bisa digenarilisasikan, dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman atau analisis.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian eksplanatif. Menurut Prasetyo dan Jannah (2016:43), penelitian ini dilakukan untuk menemukan penjelasan tentang mengapa suatu kejadian atau gejala terjadi. Hasil akhir dari penelitian ini adalah gambaran mengenai hubungan sebab akibat.

Berdasarkan metode eksplanatif ini, maka penulis akan menjelaskan adanya hubungan antara variabel X dan variabel Y yang diteliti. Selain itu, penulis juga menjelaskan pengaruh antara variabel yang diteliti dan mengetahui seberapa besar pengaruhnya. Pada penelitian ini, variabel yang diteliti yaitu pengaruh konten akun Instagram @jktinfo, dengan variabel Y yaitu pemenuhan kebutuhan informasi lalu lintas *followers*.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik

tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015:80). Populasi yang ditetapkan pada penelitian ini adalah *followers* dari akun Instagram @jktinfo, yang per tanggal 14 Oktober 2019 telah mencapai 1.800.000 atau 1,8 juta *followers*.

Berdasarkan jumlah populasi tersebut, maka penulis akan menghitung sampel dari populasi dengan menggunakan rumus Taro Yamane, yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan :

n : Besaran sampel

N : Besaran populasi

d :Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan nilai ketidaktelitian sebesar 10%. Berdasarkan rumus tersebut, diperoleh jumlah sampel sebesar :

$$n = \frac{1.800.000}{1.800.000 (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{1.800.000}{18000 + 1}$$

$$n = \frac{1.800.000}{18001}$$

$n = 99,9$ dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan perhitungan tersebut, didapatkan bahwa sampel dari populasi yang diteliti berjumlah 100 responden.

Instrumen Penelitian

Operasionalisasi Variabel

Variabel X : Konten Akun Instagram

Dimensi :

1. Foto
2. Video
3. *Caption*

Variabel Y : Kebutuhan Informasi

Dimensi :

1. *Current need approach* (Pendekatan kebutuhan informasi terbaru)
2. *Everyday need approach* (Pendekatan informasi rutin)
3. *Exshhaustic need approach* (Pendekatan informasi mendalam)
4. *Catching-up need approach* (Pendekatan kebutuhan informasi ringkas).

Teknik Analisis Data

1. Uji Korelasi

Pada analisis korelasi yang dicari adalah koefisiensi korelasi, yaitu angka yang menyatakan derajat hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) atau untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas dari korelasi variabel penelitian ini adalah rumus *rank Spearman*.

2. Uji Koefisiensi Determinasi

Koefisien determinasi dilambangkan dengan r^2 dan umumnya dinyatakan dalam presentase. Koefisien determinasi adalah

nilai yang digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen (X) terhadap variasi (naik atau turunnya) variabel dependen (Y). Menurut Kriyantono (2002:146), semakin tinggi angka korelasi, semakin besar nilai koefisien determinasi dan semakin rendah kesalahan pengukuran.

3. Uji Hipotesis

Menurut Kriyantono (2002:28), hipotesis merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih harus diuji lebih dulu dan karena bersifat sementara atau dugaan awal. Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Uji Validitas

Tabel 1. Validitas Variabel X

Pernyataan	Nilai R Tabel	Nilai R Hitung	Keterangan
P1	0,361	0,673	VALID
P2	0,361	0,826	VALID
P3	0,361	0,611	VALID
P4	0,361	0,570	VALID
P5	0,361	0,599	VALID
P6	0,361	0,616	VALID
P7	0,361	0,337	DROP
P8	0,361	0,484	VALID
P9	0,361	0,355	DROP
P10	0,361	0,207	DROP
P11	0,361	0,693	VALID
P12	0,361	0,665	VALID
P13	0,361	0,611	VALID
P14	0,361	0,691	VALID
P15	0,361	0,590	VALID
P16	0,361	0,500	VALID
P17	0,361	0,372	VALID

P18	0,361	0,722	VALID
P19	0,361	0,666	VALID
P20	0,361	0,721	VALID
P21	0,361	0,681	VALID
P22	0,361	0,754	VALID
P23	0,361	0,524	VALID
P24	0,361	0,610	VALID
P25	0,361	0,634	VALID
P26	0,361	0,739	VALID
P27	0,361	0,610	VALID

Sumber: Hasil olah data penulis

Hasil pretest variabel X, diperoleh nilai tabel untuk 30 responden adalah 0,361. Berdasarkan tabel perhitungan tersebut, diperoleh hasil bahwa 24 pernyataan dinyatakan VALID yang akan digunakan untuk penelitian selanjutnya. Selain itu, terdapat tiga pernyataan, yaitu nomer 7, 9 dan 10 yang dinyatakan DROP. Penentuan validitas ditentukan oleh r hitung $\geq r$ tabel (r tabel 0,361 untuk jumlah hitung $n = 30$).

Tabel 2. Validitas Variabel Y

Pernyataan	Nilai R Tabel	Nilai R Hitung	Keterangan
P1	0,361	0,817	VALID
P2	0,361	0,866	VALID
P3	0,361	0,829	VALID
P4	0,361	0,858	VALID
P5	0,361	0,796	VALID
P6	0,361	0,729	VALID
P7	0,361	0,729	VALID

Sumber: Hasil olah data penulis

Hasil pretest variabel Y, diperoleh nilai tabel untuk 30 responden adalah 0,361. Berdasarkan tabel perhitungan tersebut, diperoleh hasil bahwa 7 pernyataan dinyatakan VALID dan akan digunakan untuk penelitian selanjutnya. Penentuan validitas ditentukan oleh r hitung $\geq r$ tabel (r tabel 0,361 untuk jumlah hitung $n = 30$).

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 3. Reliabilitas X

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.926	.930	27

Sumber: Hasil olah data penulis

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai *Alpha Cronbach's* adalah sebesar 0,926. Karena nilai *Alpha Cronbach's* berada lebih dari nilai 0,60, sehingga pernyataan dinyatakan tingkat reliabilitasnya tinggi atau sangat reliabel.

Tabel 4. Reliabilitas Y

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.907	.909	7

Sumber: Hasil olah data penulis

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai *Alpha Cronbach's* adalah sebesar 0,907. Karena nilai *Alpha Cronbach's* berada lebih dari nilai 0,60, sehingga pernyataan dinyatakan tingkat reliabilitasnya tinggi atau sangat reliabel.

ANALISIS DATA

Hasil Uji Korelasi

Tabel 5. Hasil Uji Korelasi
Correlations

			X	Y
Spearman's rho	Konten Akun Instagram @jktinfo	Correlation	1.000	.693**
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
Kebutuhan Informasi Lalu Lintas		Correlation	.693**	1.000
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

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

Sumber: Hasil olah data penulis

Uji korelasi dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel X (konten akun Instagram @jktinfo) dan variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi lalu lintas *followers*). Berdasarkan tabel di atas yang telah dihitung menggunakan SPSS 26, diperoleh nilai koefisien korelasi $r = 0,693$, sehingga dapat diartikan bahwa nilai tersebut memiliki hubungan yang kuat karena berada diantara nilai interpretasi $0,600 - 0,799$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel X dan variabel Y.

Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Tabel 6. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

		Model Summary		
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.701 ^a	.492	.486	2.129

a. Predictors: (Constant), X

Sumber: Hasil olah data penulis

Koefisiensi determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan variabel independen atau konten akun Instagram @jktinfo, terhadap variabel dependen atau pemenuhan kebutuhan informasi lalu lintas *followers*.

Dalam melihat seberapa besar kontribusi pengaruh, maka harus dilakukan perhitungan koefisien determinasi. Pengujian koefisien determinasi dapat dihitung dengan cara mengkuadratkan hasil korelasi, kemudian dikalikan dengan 100%, seperti rumus berikut :

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

Keterangan :

Kd : Koefisien determinasi

r^2 : Koefisien korelasi

Maka :

$$Kd = 0,701^2 \times 100\%$$

$$= 0,492 \times 100\%$$

$$= 49,2\%$$

Berdasarkan perhitungan hasil determinasi, dapat diketahui nilai korelasi (R) = 0,701 dan nilai R Square (penguadratan

nilai korelasi), yaitu $0,492 = 49,2\%$. Maka dapat disimpulkan bahwa sebesar $49,2\%$ kebutuhan informasi lalu lintas *followers* (variabel Y) dipengaruhi oleh konten akun Instagram @jktinfo (variabel X) dan sisanya sebanyak $51,8\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan adalah dengan membandingkan t hitung dengan t tabel, yaitu sebagai berikut :

- Jika t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Jika t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pengujian hipotesis dapat dihitung dengan uji t , dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

- t : Uji signifikansi
- r : Koefisien korelasi
- n : Jumlah sampel

Maka :

$$\begin{aligned} &= \frac{0,701 \sqrt{100-2}}{\sqrt{1-0,701^2}} \\ &= \frac{0,701 \times \sqrt{98}}{\sqrt{1-0,491}} \\ &= \frac{0,701 \times 9,899}{\sqrt{0,509}} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &= \frac{6,939}{0,713} \\ &= 9,732 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, didapatkan nilai t hitung $= 9,723 >$ t tabel $1,660$ ($100 - 2 = 98$, dengan signifikansi (α) $0,05$). Sehingga dapat disimpulkan, jika H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh konten akun Instagram @jktinfo terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lalu lintas *followers*.

Pembahasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa konten akun Instagram @jktinfo (variabel X) yang diteliti dengan cara mengajukan sebanyak 24 pernyataan kepada responden. Indikator yang paling berkontribusi atau banyak mendapatkan jawaban setuju, yaitu indikator dengan pernyataan bahwa konten video yang diunggah akun Instagram @jktinfo bersifat informatif. Persentase 74% yang didapat dari 74 responden menjawab setuju pada pernyataan tersebut, sebab konten video pada akun Instagram @jktinfo memiliki informasi yang berguna bagi *followers* atau pengguna Instagram lain yang melihatnya.

Adapun pemenuhan kebutuhan informasi lalu lintas *followers* (variabel Y), yang diteliti dengan cara mengajukan sebanyak 7 pernyataan kepada responden. Terdapat indikator yang paling banyak berkontribusi atau banyak mendapatkan jawaban setuju, yaitu indikator dengan

pernyataan bahwa unggahan konten pada akun Instagram @jktinfo secara cepat memenuhi kebutuhan informasi *followers* mengenai lalu lintas kota Jakarta dan termasuk pada jenis kebutuhan informasi *Everyday need approach* (pendekatan kebutuhan informasi rutin). Persentase 71% yang didapatkan dari 71 responden menjawab setuju pada pernyataan tersebut, sebab setiap harinya akun Instagram @jktinfo cepat dalam mengunggah konten-konten yang berisikan informasi mengenai lalu lintas kota Jakarta dan sekitarnya.

Hasil penelitian yang dilakukan, kemudian dikaitkan dengan teori *Uses and Gratification*. Menurut Littlejohn dan Foss (2011:426), teori pendekatan dan kepuasan ini menganggap konsumen atau khalayak sebagai audiens yang aktif dan diarahkan oleh tujuan. Khalayak sangat bertanggung jawab dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhan mereka dan bagaimana cara memenuhi kebutuhan tersebut. Sehingga dapat disimpulkan, bahwa teori *uses and gratification* ini memandang individu sebagai makhluk yang aktif dan sangat selektif dalam memilih media mana yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan teori tersebut, dapat diartikan bahwa *followers* memilih akun Instagram @jktinfo untuk memenuhi kebutuhan akan informasi. *Followers* secara selektif dan dengan segala pemikirannya,

mempercayakan akun Instagram @jktinfo untuk memenuhi keempat jenis kebutuhan informasinya, yaitu *current need approach* (pendekatan kebutuhan informasi terbaru), *everyday need approach* (pendekatan kebutuhan informasi rutin), *exhaustic need approach* (pendekatan kebutuhan informasi mendalam), dan *catching-up need approach* (pendekatan kebutuhan informasi ringkas) Kebutuhan informasi *followers* dianggap dapat terpenuhi oleh konten-konten berupa foto, video dan *caption* berisikan informasi lalu lintas kota Jakarta dan sekitarnya yang diunggah oleh akun Instagram @jktinfo.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian, diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan yang kuat antara konten Instagram @jktinfo dan kebutuhan informasi lalu lintas *followers*. Hal ini dapat dilihat pada uji korelasi yang menghasilkan nilai korelasi $r = 0,693$, di mana angka tersebut menunjukkan korelasi yang kuat.

Diketahui sebesar 49,2% kebutuhan informasi lalu lintas *followers* (variabel Y) dipengaruhi oleh konten akun Instagram @jktinfo (variabel X) dan sisanya sebanyak 51,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Adapun hasil perhitungan uji hipotesis, yang menghasilkan t hitung sebesar $9,732 > t$ tabel sebesar 1.660, yang dapat diartikan bahwa konten akun Instagram @jktinfo

memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lalu lintas *followers*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alwi, A.M. (2004). *Foto Jurnalistik, Metode Memotret dan Mengirim Foto ke Media Massa*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Guha. (2004). *Documentation and Information*. New Delhi: *The World Press Private Limited*.
- Kriyantono, R. (2002). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Littlejohn, S.W. dan Karen A Foss. (2011). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail, D. (2012). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Muhtadi, A.S. (2016). *Pengantar Ilmu Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatan Media.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Berteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatan Media.
- Prasetyo, B. dan Miftahul Jannah. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rakhmat, J. (2016). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Simarmata, J. (2010). *Rekayasa Web*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif,*

Kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta.

Jurnal Online

- Arifin, F. N. (2015). Efektivitas Akun Instagram @filmnasional Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Telkom University*, 2(3), 3971-3976.
- Assegaf, S. (2017). Evaluasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Knowledge Sharing. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 16(3), 271-293.
- Fauziyyah, S. N. & Rina, N. (2020). Literasi Media: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 13-24.
- Hariri, A. R. & Maharani S. (2019). Perlindungan Hukum Bagi Pencipta Yang Karya Videonya Diunggah Kembali (Reupload) Di Youtube Secara Ilegal Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *Simposium Hukum Indonesia*, 1(1), 207-216.
- Lubis, A. M. (2015). Instagram dan Pemenuhan Kebutuhan Pengguna Instagram di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU. *Repository Institusi Universitas Sumatera Utara*, 1-10.

Putra, Y. M. (2015). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tugas Akhir. *Jurnal Telkom University*, 2(1), 148-155.

Internet

Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia Tahun 2018. (2018). Diakses dari <https://apjii.or.id/survei>.