

**PENGARUH KREDIBILITAS DAN MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@SEATODAYNEWS TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PADA
FOLLOWERS**

Dyah Ayu Annisaa Prabowo¹, Eko Hartanto²

^{1,2} Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma

Article History

Received : 20-Desember-2023
Revised : 28-Desember-2023
Accepted : 03-Januari-2024
Published : 03-Januari-2024

Corresponding author*:

Dyah Ayu Annisaa Prabowo

Contact:

dyahannisaa24@gmail.com

Cite This Article:

Prabowo, D. A. A., & Hartanto, E. (2024). PENGARUH KREDIBILITAS DAN MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @SEATODAYNEWS TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PADA FOLLOWERS. Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 3(01), 30–35.

DOI:

<https://doi.org/10.56127/jukim.v3i01.1095>

Abstract: Instagram is one of the online media used as a source of information to the public. The purpose of this study is to determine the effect of credibility and motives for using Instagram social media @seatodaynews on fulfilling followers information needs. The theory used in this research is Uses and Gratification Theory. The research method used is a quantitative approach with an online questionnaire method to 400 samples and sampling using non-probability sampling techniques, namely purposive sampling using the Slovin formula, then the data is processed using the SPSS 25 program application. The variables used in this study are credibility, usage motives, and fulfillment of information needs. Based on the research results obtained, credibility and usage motives have a positive effect on fulfilling information needs in followers both partially and simultaneously. The results of the Coefficient of Determination test (Adjusted R Square) show that the credibility and motive for using Instagram @seatodaynews social media contribute to influencing the fulfillment of information needs variable by 40.5%.

Keywords: Credibility, Motive for Use, Instagram, Fulfillment of Information Needs

Abstrak: Instagram menjadi salah satu media online yang digunakan sebagai sumber informasi pada khalayak. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kredibilitas dan motif pengguna media sosial Instagram @seatodaynews terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Uses and Gratification. Metode penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan kuantitatif dengan metode kuesioner (angket) secara online kepada 400 sampel dan pengambilan sampel menggunakan teknik non-probability sampling yaitu purposive sampling menggunakan rumus Slovin, kemudian data diolah menggunakan aplikasi program SPSS 25. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah kredibilitas, motif penggunaan, dan pemenuhan kebutuhan informasi. Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan bahwa kredibilitas dan motif penggunaan berpengaruh secara positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada followers baik secara parsial maupun simultan. Pada hasil uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square) menunjukkan bahwa kredibilitas dan motif penggunaan media sosial Instagram @seatodaynews berkontribusi memberikan pengaruh terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 40,5%.

Kata Kunci: Kredibilitas, Motif Penggunaan, Instagram, Pemenuhan Kebutuhan Informasi

PENDAHULUAN

Saat ini teknologi berkembang sangat pesat, ditandai dengan berkembangnya teknologi berupa internet. Kemunculan internet saat ini disebut sebagai media baru, sehingga memudahkan masyarakat dalam mencari informasi dengan berbagai cara dan mengakses kapan saja. Keberadaan media baru di bidang komunikasi dan teknologi mempunyai pengaruh dan dampak, khususnya perubahan penyebaran informasi dari media konvensional ke media digital untuk memenuhi kebutuhan informasi perusahaan, seperti media sosial.

Berdasarkan survei yang dilakukan We Are Social, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia berjumlah 167 juta pengguna pada tahun 2023 (Januari), turun 12,57% dibandingkan tahun lalu berjumlah 191 juta pengguna aktif pengguna media di Indonesia. Pemanfaatan jejaring sosial Instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana berekspresi, namun kini digunakan sebagai sumber komunikasi informasi yang modeen dan menghibur, membantu memperluas jangkauannya dengan memanfaatkan Instagram sebagai sarana penyebaran informasi kepada masyarakat.

Menurut penelitian yang dikutip oleh We Are Social (2023), Instagram menempati peringkat kedua di antara jejaring sosial sebagai aplikasi jejaring sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia,

yaitu terhitung 86,5% dari total penggunaan internet di Indonesia. Data ini meningkat 1,7% dibandingkan 84,8% pengguna aktif jejaring sosial Instagram di Indonesia.

Instagram adalah aplikasi media sosial yang digunakan pengguna untuk berbagi foto dan video dengan pengguna lain. Instagram didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger atau Burbn, Inc pada bulan Oktober 2010. Nama Instagram berasal dari kata “Insta” yang berasal dari kata instan dan “gram” yang berasal dari kata telegram. Dengan adanya berita di Instagram, masyarakat tidak akan kesulitan mendapatkan informasi melalui surat kabar atau televisi.

Salah satu akun Instagram yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi adalah akun Instagram @seatodaynews. Akun Instagram @seatodaynews merupakan salah satu akun Instagram dari saluran televisi berita online Indonesia. Melalui akun Instagram @seatodaynews, masyarakat dapat mudah memperoleh informasi terkini berupa berita terkini, laporan LIVE, talkshow, acara dan laporan dari Asia Selatan, Timur dan Eropa dengan sangat mudah.

Masyarakat tidak lagi menonton berita atau peristiwa terkini di televisi, melainkan melalui platform digital seperti jejaring sosial. Media sosial memudahkan masyarakat mendapatkan informasi yang dibutuhkan secara online. Hal ini dijelaskan dalam data We Are Social, ketika masyarakat menggunakan internet, khususnya jejaring sosial Instagram, untuk mencari informasi. Alasan lain peneliti memilih akun Instagram @seatodaynews adalah karena memberikan informasi yang lengkap, ringkas, dan mudah dipahami. Informasi yang disajikan beragam, mulai dari berita dalam negeri hingga berita luar negeri.

METODE PENELITIAN

Menurut Ansori (2020) menjelaskan bahwa objek penelitian adalah variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini menjadi objek penelitian adalah kredibilitas (X1), motif penggunaan (X2), dan pemenuhan kebutuhan informasi (Y). Menurut Ansori (2020), subjek penelitian adalah tempat di mana suatu objek (variabel) berada atau melekat sehingga dapat dikatakan bahwa subjek menjadi pusat perhatian atau sasaran peneliti. Pada penelitian ini subjek dari penelitian adalah *followers* media sosial Instagram @seatodaynews.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Paradigma yang digunakan adalah paradigma *positivisme*. Ardianto (2009) menyatakan paradigma *positivisme* sebagai proses komunikasi yang dilakukan oleh pengirim dalam mengemas pesan, menarik perhatian penerima ataupun mempelajari sifat dan karakteristik penerima untuk menentukan strategi penyampaian pesan.

Metode pengumpulan data pada penelitian menggunakan metode kuesioner (angket) yang dilakukan secara *online* menggunakan Google Form. Metode kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan serangkaian pernyataan atau pertanyaan secara tertulis kepada responden, Sugiyono (2022). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator dari ketiga variabel yang diteliti seperti dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Indikator Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator Penelitian
Kredibilitas (X1) Sumber: Flanagan dan Metzger (dalam Widodo, 2012)	Dapat Dipercaya
	Akurasi
	Bias
	Kelengkapan
Motif Penggunaan Sumber: McQuail (2011)	Motif Informasi
	Motif Identitas Pribadi
	Motif Integrasi dan Interaksi Sosial
	Motif Hiburan
Pemenuhan Kebutuhan Informasi Sumber: Guha (dalam Puspitadewi et al, 2016)	Kebutuhan Informasi Mutakhir
	Kebutuhan Informasi Rutin
	Kebutuhan Informasi Mendalam
	Kebutuhan Informasi Sekilas

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner dengan SPSS oleh Peneliti (2023)

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah *followers* Instagram @seatodaynews sebanyak 241 ribu *followers* pada Mei 2023. Teknik pengambilan sampel digunakan *purposive sampling* berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria penggunaan aktif dan merupakan *followers* Instagram @seatodaynews dengan jumlah sampel digunakan sebanyak 400 sampel.

Menurut Sugiyono (2022), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Metode kuesioner sebagai alat ukur yaitu skala bertingkat yang mencakup dari sangat setuju dengan nilai 4 sampai sangat tidak setuju dengan nilai 1 terhadap pernyataannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Uji instrumen dilakukan sebelum peneliti menyebarkan koesioner kepada sampel penelitian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Penyebaran koesioner kepada 30 responden dari followers Instagram @seatodaynews. Hal ini menghasilkan uji validitas bahwa pada ketiga variabel yaitu kredibilitas, motif penggunaan, dan pemenuhan kebutuhan informasi dinyatakan valid karena F_{hitung} lebih besar daripada nilai F_{tabel} yaitu 0,361.

Pada uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan nilai Cronbach’s Alpha dengan tingkat atau taraf signifikan yang digunakan jika $\alpha > 0,60$ maka dinyatakan reliabel. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel Penelitian	Nilai Cronbach’s Alpha	Keterangan
Kredibilitas	0,747	Reliabel
Motif Penggunaan	0,675	Reliabel
Pemenuhan Kebutuhan Informasi	0,756	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner dengan SPSS oleh Peneliti (2023)

Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2018) uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi (naik/turunnya) pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Hasil pengolahan uji koefisien determinasi dengan dapat dilihat pada Tabel 4 berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.639 ^a	.408	.405	2.11375

a. Predictors: (Constant), Motif Penggunaan, Kredibilitas

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner dengan SPSS oleh Peneliti (2023)

Hasil uji koefisien determinasi yang dapat dilihat pada Tabel 4 merupakan nilai Adjusted R Square sebesar 0,405 atau 40,5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat faktor pemenuhan kebutuhan informasi dipengaruhi oleh kredibilitas dan motif penggunaan media sosial Instagram @seatodaynews secara simultan, sedangkan 59,5% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain diluar penelitian.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap suatu rumusan masalah pada penelitian. Terdapat dua uji hipotesis yaitu hipotesis secara parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dan hipotesis secara simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh simultan variabel bebas terhadap variabel terikat, Sugiyono (2022).

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 4 Hasil Uji t (Uji Parsial)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.770	1.501		6.510	.000
	Kredibilitas	.259	.041	.331	6.251	.000
	Motif Penggunaan	.400	.058	.365	6.883	.000

a. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi
Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner dengan SPSS oleh Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil dari uji t yang dijelaskan pada Tabel 5, dapat diketahui sebagai berikut:

Pengaruh Kredibilitas terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 6.251 dan t_{tabel} sebesar 1.966 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6.251 > 1.966$), kemudian pada nilai Sig. sebesar $0.000 < 0.05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Kredibilitas (variabel bebas) berpengaruh terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (variabel terikat).

Pengaruh Motif Penggunaan terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 6.883 dan t_{tabel} sebesar 1.966 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6.883 > 1.966$), kemudian pada nilai Sig. sebesar $0.000 < 0.05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Motif Penggunaan (variabel bebas) berpengaruh terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (variabel terikat).

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 5 Hasil Uji F (Uji Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1221.623	2	610.811	136.710	.000 ^b
	Residual	1773.775	397	4.468		
	Total	2995.398	399			

A. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi
B. Predictors: (Constant), Motif Penggunaan, Kredibilitas
Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner dengan SPSS oleh Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil dari uji t yang dijelaskan pada Tabel 6, dapat diketahui f_{hitung} sebesar **136,710** dan f_{tabel} sebesar **3,018**, sehingga $f_{hitung} > f_{tabel}$. Nilai Sig. yang didapatkan sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Kredibilitas dan Motif Penggunaan (variabel bebas) berpengaruh terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (variabel terikat) secara simultan.

Teori Uses and Gratification menjelaskan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siti Masitoh, Edi Nursanta, dan Christiana Wulandari (2022) menunjukkan bahwa variabel Kredibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa variabel Kredibilitas (X1) berpengaruh positif terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y). Dapat dijelaskan bahwa variabel Kredibilitas sangat berperan penting Pemenuhan Kebutuhan Informasi Media Sosial Instagram @seatodaynews pada follower.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ratih Kusuma dan Edy Prihantoro (2020) menunjukkan bahwa variabel Motif Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna. Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa variabel Motif Penggunaan (X2) berpengaruh positif terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y). Dapat dijelaskan bahwa variabel Motif Penggunaan sangat berperan penting Pemenuhan Kebutuhan Informasi Media Sosial Instagram @seatodaynews pada follower.

KESIMPULAN & SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil mengenai pengaruh kredibilitas dan motif penggunaan dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh kredibilitas media sosial Instagram @seatodaynews terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada followers, hal ini dapat dilihat pada uji t yang dimana nilai signifikansi kredibilitas lebih kecil dari 0,05.
2. Terdapat pengaruh motif penggunaan media sosial Instagram @seatodaynews terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada followers, hal ini dapat dilihat pada uji t yang dimana nilai signifikansi motif penggunaan lebih kecil dari 0,05.
3. Terdapat pengaruh kredibilitas dan motif penggunaan media sosial Instagram @seatodaynews terhadap pemenuhan kebutuhan informasi secara simultan.
4. Hasil uji Determinasi menunjukkan bahwa kredibilitas dan motif penggunaan berpengaruh positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dengan nilai koefisien sebesar 0,639, diartikan kredibilitas dan motif penggunaan berpengaruh kuat terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

Saran

Adapun saran pada penelitian selanjutnya yaitu diharapkan penelitian ini menjadi bahan refensi dan dapat menambahkan pemahaman mengenai penelitian pada bidang ilmu komunikasi, khususnya mengenai kredibilitas dan motif penggunaan dalam pemenuhan kebutuhan informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ansori, Muslich. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Surabaya: Airlangga University Press.
- [2] Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komal, Siti Karlinah. 2009. *Komunikasi Massa; Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [3] DataReportal. *Digital 2023 Indonesia (February 2023) vo01*. 2023. Retrieved Maret 30, 2023, from <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2023-indonesia-february-2023-v01>
- [4] Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- [5] Flew, Terry. (2005). *New Media: An Introduction (3rd Edition)*. Melbourne: Oxford Univeristy Press.
- [6] Jelita, A. F., & Rimiyati, H. (2021). Pengaruh Kredibilitas Influencer Pada Efektivitas Iklan Media Sosial Instagram Dalam Membentuk Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pengikut Instagram Ayudia Bing Slamet). *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(1), 22-41.
- [7] Karelina, R., & Nurfebiaraning, S. (2020). Pengaruh Motif Terhadap Kepuasan Followers Akun Instagram @smbtelkom. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 4(2), 131-141.
- [8] Lestari, A., & Santoso, B. (2021). Pengaruh Kredibilitas Dan Terpaan Iklan Gojek Versi "BTS - It's Okay To Be Lebay" Di Youtube Terhadap Keputusan Menggunakan
- [9] Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [10] Masitoh, S., & Nursanta, E. (2022). Pengaruh Nilai Berita Dan Kredibilitas Media Akun Instagram @kompascom Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Akademi Komunikasi Media Radio dan TV Jakarta*, 12(1), 31-41.
- [11] McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (Putri Iva Izzati, Penerjemah). Jakarta: Salemba Humanika.
- [12] Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- [13] Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- [14] Ningrum, Ratih Kusuma., & Edy Prihantoro. (2020). Pengaruh Intensitas Dan Motif Penggunaan Media Instagram Terhadap Kepuasan Mendapatkan Informasi Followers Akun @soloinfo. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 2(2), 60-67.
- [15] Nurudin. (2011). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- [16] SEATODAY. *Tentang Kami*. Retrieved Mei 12, 2023, from <https://www.seatoday.com/tentang-kami>
- [17] Sugiharti, Rahma. (2014). *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*. Jakarta: Kencana.

- [18] Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [19] Rizal, Nabila Luthfiah Samsul. 2022. Pengaruh Kualitas Informasi dan Kredibilitas Akun Twitter @BadmintonTalk Terhadap Minat Baca Informasi Seputar Badminton Pada Generasi Z (Studi Pada Followers Akun Twitter @BadmintonTalk). (Skripsi Sarjana, Universitas Gunadarma).
- [20] Wahyudin, Febri Rismaningsih. (2022). *Pengantar Statistika 2*. Jawa Barat: Media Sains Indonesia.