



# Hubungan Terpaan Media Sosial Instagram Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers

Rosy Apriandini, Riza Hernawati\*

*Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.*

## ARTICLE INFO

### Article history :

Received : 11/5/2024

Revised : 28/6/2024

Published : 22/7/2024



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 4

No. : 1

Halaman : 23 - 30

Terbitan : Juli

Terakreditasi [Sinta Peringkat 4](#)

berdasarkan Ristekdikti

No. 72/E/KPT/2024

## ABSTRAK

Media sosial adalah suatu bentuk komunikasi melalui Internet yang memungkinkan pengguna untuk memperkenalkan diri dan berpartisipasi dalam interaksi sosial dengan orang lain. Salah satu media sosial yang masih memiliki pengguna aktif adalah Instagram. Instagram merupakan salah satu platform jejaring sosial yang masih memiliki pengguna aktif yang digunakan masyarakat untuk mencari informasi. Salah satu akun Instagram yang saya kunjungi untuk mendapatkan informasi dan berita terkini adalah @Hypenings. Tujuan dari penelitian ini adalah pendekatan kebutuhan saat ini, pendekatan kebutuhan saat ini, pendekatan kebutuhan sehari-hari, pendekatan kebutuhan menyeluruh dan pendekatan kebutuhan catch-up. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian korelasional. Data primer penelitian ini dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pengikut Instagram @Hypenings. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah probabilitas sampling dengan teknik simple random sampling. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan @Hypening Instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi follower di media sosial. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan yang cukup kuat antara kehadiran media sosial Instagram dengan kepuasan kebutuhan pendekatan kebutuhan sehari-hari, pendekatan kebutuhan menyeluruh, dan pendekatan kebutuhan catch-up.

**Kata Kunci :** *Instagram, Terpaan Media, Pemenuhan Kebutuhan Informasi.*

## ABSTRACT

*Social media is a form of communication via the Internet that allows users to introduce themselves and participate in social interactions with others. One social media that still has active users is Instagram. Instagram is a social networking platform that still has active users who people use to search for information. One of the Instagram accounts that I visit to get the latest information and news is @Hypenings. The objectives of this research are the current needs approach, current needs approach, daily needs approach, comprehensive needs approach and catch-up needs approach. The type of research used is quantitative research with a correlational research approach. The primary data for this research was collected by distributing questionnaires to 100 respondents who were followers of Instagram @Hypenings. The sampling technique used in this research is probability sampling with simple random sampling technique. The data obtained was analyzed using validity and reliability tests. The purpose of this research is to determine the relationship between @Hypening Instagram and providing the information needs of followers on social media. The results of this research are that there is a fairly strong relationship between the presence of Instagram social media and the satisfaction of needs from the daily needs approach, the comprehensive needs approach, and the catch-up needs approach.*

**Keywords :** *Instagram, Media Exposure, Information Fulfillment.*

Copyright© 2024 The Author(s).

## A. Pendahuluan

Hypenings merupakan salah satu akun media massa yang memberikan berbagai informasi pemberitaan yang terjadi seperti mengenai musik, namun juga menyajikan informasi mengenai olahraga, hiburan, dan budaya khususnya dikalangan remaja dewasa untuk para pengikutnya. Seperti halnya akun informatif lainnya seperti Folkative, VolixMedia, USSFeed, Creativox, dan lain-lain. Hypenings didirikan pada tahun 2020 dan saat ini sudah memiliki jumlah pengikut sebanyak 14,2 ribu followers per tanggal 14 februari 2023. Saat ini, Hypenings mempunyai salah satu platform pada media sosial yaitu pada Instagram yang digunakan untuk membagikan berbagai informasi kepada para pengikutnya.

Menurut Ardianto (1) menyatakan bahwa, “Terpaan media diartikan sebagai penerimaan pesan dari media dengan melihat, mendengar, dan membaca serta mengalami dan memperhatikan pesan yang mungkin dikirimkan seseorang atau kelompok.” Menurut Rosengren (dalam Rahkmat), “Terpaan media mempunyai 3 (tiga) aspek yang dapat diambil yaitu: Frekuensi, Durasi dan Atensi.” (2)

Menurut Nasrullah (3) menyatakan bahwa, “Media Sosial yaitu konten yang terhubung dengan internet sehingga memungkinkan khalayak berinteraksi, berbagi, dan berkomunikasi satu dengan yang lainnya.” Salah satu media sosial yaitu Instagram. Menurut Atmoko (4) menyatakan bahwa, “Instagram merupakan sebuah aplikasi smarthphone yang khusus untuk media sosial dengan fungsi sebagai sarana pengambilan berbentuk foto atau tempat berbagi informasi untuk para penggunaannya.”

Menurut Pemenuhan kebutuhan informasi adalah ketika pengetahuan seseorang kurang dari yang dibutuhkan, keinginan dan kepuasan akan informasi yang terjadi yang memotivasi seseorang untuk mencari informasi (5). Menurut Guha (dalam Syafrill) (6) menyatakan terdapat empat pendekatan kebutuhan terhadap informasi, yaitu Current need approach, Everyday need approach, Exhaustic Need Approach, dan Catching-up Need Approach.

Upaya akun Instagram @Hypenings untuk memberikan informasi kepada pengikutnya bukan merupakan pekerjaan yang mudah. Namun, dengan berkembangnya teknologi canggih seperti saat ini, dengan penggunaan media sosial khususnya Instagram diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi untuk pada pengikutnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Apakah terdapat hubungan Terpaan Media Sosial Instagram @Hypenings dengan Pemenuhan Kebutuhan informasi Followers?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut. (1) Untuk mengetahui hubungan antara Frekuensi Instagram @Hypenings dengan pemenuhan kebutuhan Everyday need approach, (2) Untuk mengetahui hubungan antara Frekuensi Instagram @Hypenings dengan pemenuhan kebutuhan Exhaustic need approach, (3) Untuk mengetahui hubungan antara Frekuensi Instagram @Hypenings dengan pemenuhan kebutuhan Catching-up need approach, (4) Untuk mengetahui hubungan antara Durasi Instagram @Hypenings dengan pemenuhan kebutuhan Everyday need approach, (5) Untuk mengetahui hubungan antara Durasi Instagram @Hypenings dengan pemenuhan kebutuhan Exhaustic need approach, (6) Untuk mengetahui hubungan antara Durasi Instagram @Hypenings dengan pemenuhan kebutuhan Catching-up need approach.

## B. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode teknik analisis korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah followers Instagram @Hypenings yang berjumlah 14.300 pengikut per 24 maret 2023.

Dengan teknik pengambilan sampel yaitu metode Probability Sampling dan teknik yang digunakan yaitu Simple Random Sampling. Diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 100 Followers. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis korelasi Rank Spearman dan teknik analisis inferensial.

**C. Hasil dan Pembahasan**

**Analisis Inferensial antara Frekuensi (X1) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Everyday Need Approach* (Y1)**

**Tabel 1.** hubungan antara Frekuensi (X1) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Everyday Need Approach* (Y1)

Varibel	$r_s$	$t_{hitung}$	$T_{(0,05;100)}$	Kesimpulan	Tingkat Keeratan
Frekuensi dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Everyday Need Approach</i>	0,582	3,349	1,660	H0 ditolak	Sedang

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2023.

Pada tabel diatas dapat dilihat koefisien korelasi Rank Spearman ( $r_s$ ) adalah sebesar 0,582. Hasil uji signifikansi diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 3,349 dan nilai  $t$  tabel dengan  $df = 100$  dan  $\alpha = 0,05$  dengan 1,660 maka dapat dilihat bahwa  $t$  hitung (3,349) >  $t$  tabel (1,660) sehingga hasilnya H0 ditolak.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa “Terdapat hubungan antara Frekuensi dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Everyday Need Approach*”. Jika dilihat dalam pedoman koefisien korelasi sebesar 0,582 berada pada kriteria > 0,40 – 0,599. Hal tersebut berarti bahwa Frekuensi (X1) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Everyday Need Approach* (Y1) memiliki tingkat keeratan yang sedang.

**Analisis Inferensial antara Frekuensi (X1) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Exhaustic Need Approach* (Y2)**

**Tabel 2.** hubungan antara Frekuensi (X1) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Exhaustic Need Approach* (Y2)

Varibel	$r_s$	$t_{hitung}$	$T_{(0,05;100)}$	Kesimpulan	Tingkat Keeratan
Frekuensi dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Exhaustic Need Approach</i>	0,362	3,275	1,660	H0 ditolak	Lemah

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2023.

Pada tabel diatas dapat dilihat koefisien korelasi Rank Spearman ( $r_s$ ) adalah sebesar 0,362. Hasil uji signifikansi diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 3,275 dan nilai  $t$  tabel dengan  $df = 100$  dan  $\alpha = 0,05$  dengan 1,660 maka dapat dilihat bahwa  $t$  hitung (3,275) >  $t$  tabel (1,660) sehingga hasilnya H0 ditolak.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa “Terdapat hubungan antara Frekuensi dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Exhaustic Need Approach*”. Jika dilihat dalam pedoman koefisien korelasi sebesar 0,362 berada pada kriteria > 0,20 – 0,399. Hal tersebut berarti bahwa Frekuensi (X1) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Exhaustic Need Approach* (Y2) memiliki tingkat keeratan yang lemah.

**Analisis Inferensial antara Frekuensi (X1) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Cathing-up Need Approach* (Y3)**

**Tabel 3.** hubungan antara Frekuensi (X1) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Cathing-up Need Approach* (Y3)

Varibel	$r_s$	$t_{hitung}$	$T_{(0,05;100)}$	Kesimpulan	Tingkat Keeratan
Frekuensi dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Cathing-up Need Approach</i>	0,466	3,443	1,660	H0 ditolak	Sedang

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2023.

Pada tabel diatas dapat dilihat koefisien korelasi Rank Spearman ( $r_s$ ) adalah sebesar 0,466. Hasil uji signifikansi diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 3,443 dan nilai  $t$  tabel dengan  $df = 100$  dan  $\alpha = 0,05$  dengan 1,660 maka dapat dilihat bahwa  $t$  hitung (3,443) >  $t$  tabel (1,660) sehingga hasilnya  $H_0$  ditolak.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa “Terdapat hubungan antara Frekuensi dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Catching-up Need Approach*”. Jika dilihat dalam pedoman koefisien korelasi sebesar 0,466 berada pada kriteria > 0,40 – 0,599. Hal tersebut berarti bahwa Frekuensi ( $X_1$ ) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Catching-up Need Approach* ( $Y_3$ ) memiliki tingkat keeratan yang sedang.

#### **Analisis Inferensial antara Durasi ( $X_2$ ) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Everyday Need Approach* ( $Y_1$ )**

**Tabel 4.** hubungan antara Durasi ( $X_2$ ) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Everyday Need Approach* ( $Y_1$ )

Varibel	$r_s$	$t_{hitung}$	$T_{(0,05;100)}$	Kesimpulan	Tingkat Keeratan
Durasi dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Everyday Need Approach</i>	0,587	4,124	1,660	$H_0$ ditolak	Sedang

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2023.

Pada tabel diatas dapat dilihat koefisien korelasi Rank Spearman ( $r_s$ ) adalah sebesar 0,587. Hasil uji signifikansi diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 4,124 dan nilai  $t$  tabel dengan  $df = 100$  dan  $\alpha = 0,05$  dengan 1,660 maka dapat dilihat bahwa  $t$  hitung (4,124) >  $t$  tabel (1,660) sehingga hasilnya  $H_0$  ditolak.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa “Terdapat hubungan antara Frekuensi dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Everyday Need Approach*”. Jika dilihat dalam pedoman koefisien korelasi sebesar 0,587 berada pada kriteria > 0,40 – 0,599. Hal tersebut berarti bahwa Durasi ( $X_2$ ) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Everyday Need Approach* ( $Y_1$ ) memiliki tingkat keeratan yang sedang.

#### **Analisis Inferensial antara Durasi ( $X_2$ ) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Exhaustic Need Approach* ( $Y_2$ )**

**Tabel 5.** hubungan antara Durasi ( $X_2$ ) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Exhaustic Need Approach* ( $Y_2$ )

Varibel	$r_s$	$t_{hitung}$	$T_{(0,05;100)}$	Kesimpulan	Tingkat Keeratan
Durasi dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Exhaustic Need Approach</i>	0,587	1,903	1,660	$H_1$ ditolak	Sedang

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2023.

Pada tabel diatas dapat dilihat koefisien korelasi Rank Spearman ( $r_s$ ) adalah sebesar 0,587. Hasil uji signifikansi diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 1,903 dan nilai  $t$  tabel dengan  $df = 100$  dan  $\alpha = 0,05$  dengan 1,660 maka dapat dilihat bahwa  $t$  hitung (1,903) <  $t$  tabel (1,660) sehingga hasilnya  $H_1$  ditolak.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa “Tidak terdapat hubungan antara Durasi dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Exhaustic Need Approach*”. Jika dilihat dalam pedoman koefisien korelasi sebesar 0,587 berada pada kriteria > 0,40 – 0,599. Hal tersebut berarti bahwa Durasi ( $X_2$ ) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Exhaustic Need Approach* ( $Y_2$ ) memiliki tingkat keeratan yang sedang.

**Analisis Inferensial antara Durasi (X2) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Catching-up Need Approach* (Y3)**

**Tabel 6.** hubungan antara Durasi (X2) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Catching-up Need Approach* (Y3)

Varibel	$r_s$	$t_{hitung}$	$T_{(0,05;100)}$	Kesimpulan	Tingkat Keeratan
Durasi dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Catching-up Need Approach</i>	0,461	2,909	1,66	H0 ditolak	Sedang

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2023.

Pada tabel diatas dapat dilihat koefisien korelasi Rank Spearman ( $r_s$ ) adalah sebesar 0,461. Hasil uji signifikansi diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 2,909 dan nilai  $t$  tabel dengan  $df = 100$  dan  $\alpha = 0,05$  dengan 1,660 maka dapat dilihat bahwa  $t$  hitung (2,909) >  $t$  tabel (1,660) sehingga hasilnya H0 ditolak.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa “Terdapat hubungan antara Durasi dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Catching-up Need Approach*”. Jika dilihat dalam pedoman koefisien korelasi sebesar 0,461 berada pada kriteria > 0,40 – 0,599. Hal tersebut berarti bahwa Durasi (X2) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Catching-up Need Approach* (Y3) memiliki tingkat keeratan yang sedang.

**Analisis Pembahasan Korelasi antara Frekuensi (X1) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Everyday Need Approach* (Y1)**

Aspek Frekuensi memperoleh korelasi hubungan sedang dengan aspek pemenuhan kebutuhan informasi *Everyday Need Approach*. Berdasarkan hasil uji korelasi Rank Spearman diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,582 dan dapat dikategorikan pada tahap korelasi sedang menurut interpretasi koefisien korelasi menurut Sugiyono (2015). Hal tersebut menunjukkan bahwa Frekuensi mempengaruhi *Everyday Need Approach* mengenai kelengkapan atau kespesifikan informasi yang disajikan pada setiap postingan akun Instagram @Hypenings. Kemudian Maka, pengujian tersebut menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima.

Dalam mencari dan memenuhi kebutuhan akan informasi, pengguna media sosial perlu rutin dalam melihat suatu informasi. Saat ini pengguna media sosial juga membutuhkan informasi atau berita yang cepat dan spesifik juga dirangkum dengan menarik, seperti yang dikemukakan oleh W.J.S Purwadarminta dalam Helena (2007:25) sebagai berikut:

“berita adalah laporan tentang satu kejadian yang terbaru. Berita juga dapat didefinisikan sebagai informasi baru tentang kejadian yang baru, penting dan bermakna yang berpengaruh pada para pendengarnya serta relevan dan layak dinikmati oleh mereka”

Dengan demikian, berita atau informasi yang baik adalah informasi yang sifatnya baru atau peristiwa yang disebarkan masih hangat dan penting, dapat memberikan makna bagi para pencari informasi juga dapat memberikan pengaruh yang positif bagi siapapun yang melihatnya, dan pastinya menarik atau layak untuk dinikmati juga disebar luaskan kepada khayalak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, para pengguna media sosial Instagram khususnya Followers akun @Hypenings berpendapat bahwa mereka mendapatkan informasi yang baru, spesifik dan layak untuk dinikmati sehingga kebutuhan akan informasi *Everyday Need Approach* dapat terpenuhi.

**Analisis Pembahasan Korelasi antara Frekuensi (X1) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Exhaustic Need Approach* (Y2)**

Aspek Frekuensi memperoleh korelasi lemah dengan aspek pemenuhan kebutuhan informasi *Exhaustic Need Approach*. Berdasarkan hasil uji korelasi Rank Spearman diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,362 dan dapat dikategorikan pada tahap korelasi lemah menurut interpretasi koefisien korelasi menurut Sugiyono (2011). Walaupun nilai korelasi lemah, namun hal tersebut menunjukkan bahwa Frekuensi mempengaruhi *Exhaustic Need Approach* yang dibuktikan dari hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Dengan demikian, Frekuensi mempengaruhi *Exhaustic Need Approach* mengenai informasi yang

mendalam relevan spesifik, dan lengkap yang tersaji disetiap postingan akun Instagram @Hypenings ka mengurangi ketidakpatian, meningkatkan kemampuan pengambil keputusan. Menurut Romney & Steinbart (2012:25), informasi yang berkualitas mempunyai karakteristik sebagai berikut: (1) Relevan; informasi yang relevan jika mengurangi ketidakpastian, meningkatkan kemampuan pengambil keputusan; (2) Andal; bebas dari kesalahan atau penyimpangan; (3) Lengkap; jika tidak hilang aspek-aspek penting dari suatu kejadian; (4) Tepat waktu; jika diberikan pada saat dibutuhkan; (5) Dapat dipahami; jika disajikan dalam bentuk yang jelas dan mudah dipakai; (6) Dapat diverifikasi; jika informasi yang dihasilkan dari dua orang atau lebih yang independent adalah sama; (7) Dapat diakses; tersedia untuk pengguna ketika mereka membutuhkannya.

Dapat disimpulkan followers akun Instagram @Hypenings memiliki daya ketergantungan dalam mencari informasi yang berkualitas dan menambah pengetahuannya dengan postingan akun Instagram @Hypenings. Selain itu, informasi yang didapat memberikan dampak yang positif bagi followers yaitu dapat menambah informasi dan pengetahuan intelektual serta dapat membantu berfikir secara ilmiah dan beranggapan bahwa Terpaan media sosial Instagram @Hypenings menyajikan informasi yang lengkap dan sistematis sehingga tidak membuat followers kebingungan.

### **Analisis Pembahasan Korelasi antara Frekuensi (X1) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Catching-up Need Approach (Y3)**

Aspek Frekuensi memperoleh korelasi hubungan sedang dengan aspek pemenuhan kebutuhan informasi Catching-up Need Approach. Berdasarkan hasil uji korelasi Rank Spearman diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,446 dan dapat dikategorikan pada tahanan korelasi sedang menurut interpretasi koefisien korelasi menurut Sugiyono (2015). Hal tersebut menunjukkan bahwa Frekuensi mempengaruhi Catching-up Need Approach mengenai informasi yang sekilas, tetapi yang dapat memberikan gambaran lengkap tentang suatu topik. Pendekatan kebutuhan ini membuat followers Instagram @Hypenings membutuhkan informasi yang ringkas dan singkat namun jelas informasinya. Maka dari itu, pengujian tersebut menunjukkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima.

Dari kebutuhan ini berarti seseorang membutuhkan informasi yang sekilas saja, tetapi dapat memberikan gambaran lengkap tentang suatu isu/ topik yang disajikan. Seperti yang dikemukakan oleh Puspitadewi (2012), yaitu: "Pendekatan pada kebutuhan informasi yang bersifat sekilas tetapi memberikan gambaran lengkap tentang suatu topik. Pendekatan kebutuhan ini membuat pengguna informasi juga membutuhkan informasi yang ringkas dan singkat namun jelas informasinya dan sesuai kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna. "Dapat disimpulkan bahwa followers akun Instagram @Hypenings membutuhkan informasi yang ringkas namun jelas informasi yang disampaikan. Dengan penggunaan bahasa yang disampaikan pada postingan Instagram @Hypenings mudah dimengerti dan tentunya informasi yang diunggah merupakan fakta yang dapat memberikan pesan yang bersifat edukatif.

### **Analisis Pembahasan Korelasi antara Durasi (X2) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Everyday Need Approach (Y1)**

Pada variabel Durasi memperoleh korelasi hubungan sedang dengan aspek pemenuhan kebutuhan informasi Everyday Need Approach. Berdasarkan hasil uji korelasi Rank Spearman diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,587 sehingga dapat dikategorikan pada tahap korelasi sedang menurut interpretasi koefisien korelasi menurut Sugiyono (2015). Hal tersebut menunjukkan bahwa Durasi mempengaruhi Everyday Need Approach yang dimana informasi yang secara teratur diperoleh oleh pencari dan informasi tersebut adalah hal apa yang ingin mereka ketahui. Maka dari itu, pengujian tersebut menunjukkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima.

Jika disimpulkan, rata-rata followers Instagram @Hypenings membutuhkan durasi untuk mencari berita atau informasi yang baik adalah informasi yang sifatnya baru atau peristiwa yang disebarkan masih hangat dan penting, yang dapat memberikan makna bagi para pencari informasi juga dapat memberikan pengaruh yang positif bagi siapapun yang melihatnya.

### **Analisis Pembahasan Korelasi antara Durasi (X2) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Exhaustic Need Approach (Y2)**

Hasil dari aspek Durasi memperoleh korelasi hubungan yang lemah dengan aspek pemenuhan informasi Exhaustic Need Approach. Berdasarkan hasil uji korelasi Rank Spearman diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,367 dan dapat dikategorikan pada tahap korelasi yang lemah menurut interpretasi koefisien korelasi menurut Sugiyono (2015). Hasil signifikansi pengujian tersebut menunjukkan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa Durasi tidak mempengaruhi Exhaustic Need Approach yang dimana followers membutuhkan waktu untuk mencari informasi secara mendalam yang relevan dan spesifik yang tersaji pada potingan akun Instagram @Hypenings. Dapat disimpulkan bahwa followers Instagram @Hypenings tidak membutuhkan durasi yang terlalu lama untuk mencari informasi yang berkualitas untuk menambah pengetahuannya dengan postingan akun Instagram @Hypenings.

### **Analisis Pembahasan Korelasi antara Durasi (X2) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Catching-up Need Approach (Y3)**

Aspek Durasi memperoleh korelasi hubungan sedang dengan aspek pemenuhan kebutuhan informasi Catching-up Need Approach. Dari hasil uji korelasi Rank Spearman diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,461 sehingga dapat dikategorikan pada tahap korelasi sedang menurut Sugiyono (2015). Hal tersebut menunjukkan bahwa Durasi mempengaruhi Catching-up Need Approach yang ditunjukkan juga dengan hasil uji signifikansi yaitu H0 ditolak dan H1 diterima. Dapat disimpulkan, bahwa durasi memiliki hubungan dengan Catching-up Need Approach yang dimana followers Instagram @Hypenings membutuhkan durasi untuk mencari atau melihat informasi yang ringkas dan singkat namun jelas pada akun tersebut.

## **D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut: (1) Terdapat hubungan positif antara Frekuensi dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Everyday Need Approach yang termasuk kategori hubungan sedang menurut tabel kriteria Sugiyono. Hal ini berarti Frekuensi Terpaan Media Sosial Instagram @Hypenings dapat memenuhi pemenuhan kebutuhan informasi followers mengenai kelengkapan atau kespesifikan informasi yang disajikan pada setiap postingan akun Instagram @Hypenings. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, para pengguna media sosial Instagram khususnya Followers akun @Hypenings berpendapat bahwa mereka mendapatkan informasi yang baru, spesifik dan layak untuk dinikmati sehingga kebutuhan akan informasi Everyday Need Approach dapat terpenuhi, (2) Terdapat hubungan positif antara Frekuensi dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Exhaustic Need Approach namun termasuk kedalam kategori hubungan lemah menurut kriteria Sugiyono. Dapat disimpulkan followers akun Instagram @Hypenings memiliki daya ketergantungan dalam mencari informasi yang berkualitas dan menambah pengetahuannya dengan postingan akun Instagram @Hypenings. Selain itu, informasi yang didapat memberikan dampak yang positif bagi followers yaitu dapat menambah informasi dan pengetahuan intelektual serta dapat membantu berfikir secara ilmiah dan beranggapan bahwa Terpaan media sosial Instagram @Hypenings menyajikan informasi yang lengkap dan sistematis sehingga tidak membuat followers kebingungan, (3) Terdapat hubungan positif antara Frekuensi dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Catching-up Need Approach* yang termasuk kedalam kategori hubungan sedang menurut tabel kriteria Sugiyono. Dengan hal ini, Frekuensi Terpaan Media Sosial Instagram @Hypenings dapat memenuhi pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun Instagram @Hypenings membutuhkan informasi yang ringkas namun jelas informasi yang disampaikan. Dengan penggunaan bahasa yang disampaikan pada postingan Instagram @Hypenings mudah dimengerti dan tentunya informasi yang diunggah merupakan fakta yang dapat memberikan pesan yang bersifat edukatif, (4) Terdapat hubungan positif antara Durasi Terpaan Media Sosial Instagram @Hypenings dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Everyday Need Approach yang termasuk kedalam kategori hubungan sedang menurut tabel kriteria Sugiyono. Dengan demikian, variabel Durasi Terpaan Media Sosial Instagram @Hypenings dapat memenuhi pemenuhan kebutuhan informasi yang baik dan informasi yang sifatnya baru atau peristiwa yang disebarakan masih hangat dan penting, yang dapat memberikan makna bagi para pencari informasi juga dapat memberikan pengaruh yang positif bagi siapapun yang melihatnya, (5) Terdapat hubungan negatif antara Durasi Terpaan Media Sosial Instagram @Hypenings

dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Exhaustic Need Approach* yang termasuk kedalam kategori lemah menurut tabel kriteria Sugiyono. Dari hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa Durasi tidak mempengaruhi Exhaustic Need Approach yang dimana followers membutuhkan waktu untuk mencari informasi secara mendalam yang relevan dan spesifik yang tersaji pada postingan akun Instagram @Hypenings, (6) Terdapat hubungan positif antara Durasi Terpaan Media Sosial Instagram @Hypening dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Catching-up Need Approach* yang termasuk kedalam kategori sedang menurut tabel kriteria Sugiyono. Dari pemaparan tersebut, disimpulkan bahwa followers membutuhkan Durasi untuk mencari atau melihat informasi yang ringkas dan singkat namun jelas pada akun Instagram @Hypenings

#### Daftar Pustaka

- [1] Ardianto, E. (2014). Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [2] Rakhmat, J. (2009). Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [3] Nasrullah, R. (2016). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- [4] Atmoko Dwi, B. (2012). Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita.
- [5] Syaffril, Muhammad. (2004). Perilaku Pencarian Informasi Melalui Koleksi Surat Kabar untuk Memenuhi Kebutuhan Informasi. UNISBA: Bandung.
- [6] Krikelas, James, (1983), "Model of Information Seeking Behavior", *Informatio* (Priyono, 2016)n Seeking Behavior and Technology Adoption: Theories and Trends, h. 82-93.
- [7] Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- [8] Olli, Helena. 2007. Opini publik. Jakarta: PT Indeks
- [9] Puspitadewi, S. 2012. Hubungan Antara Stres dan Motivasi Kerja Pada Mahasiswa Yang Bekerja Paruh Waktu. *Jurnal Psikologi: Teori dan Terapan*. Vol. 2. No. 2 (126-129).
- [10] Romney, B.M. & Steinbart, J.P. 2012. *Accounting Information System*. Pearson Education Limited.