

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang sudah ada diteliti sebelumnya dan memiliki objek atau topik yang hampir sama atau relevan dengan yang diteliti oleh penulis saat ini. Penelitian terdahulu memungkinkan penulis untuk membandingkan atau melihat sudut pandang yang akan diteliti. Berikut dibawah ini merupakan beberapa penelitian terdahulu yang berakaitan dengan isi atau topik penelitian yang akan diteliti, yaitu :

1. Syahra Syafriana & Nuriyati Samatan (2021) dengan judul “ Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial dan Kualitas Infoemasi akun Instagram @Indozone Terhadap Kepuasan Followers Generasi Z Dalam Memperoleh Informasi.” di Universitas Gunadarma.

Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan metode survei , hasil penelitian ini menunjukkan pada uji T antara motif penggunaan media terhadap kepuasan follower mendapatkan nilai Fhitung (4.692) > Ftabel (1.966) dengan nilai signifikasi (0.000) < (0.05) yang berarti terdapat pengaruh secara parsial antara motif penggunaan media terhadap kepuasan followers.

2. Lila Setiyani, dkk (2022) dengan judul “Analisis Kepuasan Mahasiswa Stmik Rosma Dalam Pemanfaatan Akun Instagram @Stmikrosmaofficial Menggunakan Teori Uses And Gratifications.”

Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan metode Survei, hasil penelitian menunjukkan bahwa responden memiliki harapan yang cukup tinggi sebelum mengakses akun instagram @stmikrosmaofficial.

3. Atika Ariani (2023) dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kualitas Informasi Akun Instagram @Magangupdate Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Magang Followers.”

Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan metode survei, hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara penggunaan media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @magangupdate terhadap pemenuhan kebutuhan informasi magang followers. Dibuktikan berdasarkan hasil uji regresi linear berganda sebesar  $Y = 4.128 + 0,374 + 0,515 + e$ . Serta adanya pengaruh secara parsial dan simultan antara penggunaan media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @magangupdate terhadap pemenuhan kebutuhan informasi magang followers.

4. Nurfan Erizal, dkk (2024) dengan judul “Pengaruh Penggunaan Akun Instagram @ussfeeds Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers Dikalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.”

Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, ditunjukkan dengan nilai signifikansi =  $<0,001$ , yang berarti angka signifikansi  $<0,05$ , yang berarti terdapat hubungan signifikan antara variabel x dan variabel y. Ini berarti

terdapat pengaruh antara penggunaan akun Instagram @ussfeeds terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikut di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

5. Chika Marsanda & Siti Maryam (2024) dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Magang Dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) Pada Kalangan Mahasiswa

Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, Temuan menunjukkan bahwa menggunakan media sosial secara signifikan mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi, dan ada hubungan yang kuat antara variabel tersebut.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

| <b>Nama Peneliti/Tahun/ Metode</b>                     | <b>Judul Penelitian</b>   | <b>Persamaan</b>  | <b>GAP penelitian</b>   | <b>Hasil</b>   |
|--|---|---|---|--|
| Syakra Syafriana & Nuriyati Samatan/ 2021/ Kuantitatif | Pengaruh motif pengguna media sosial dan kualitas informasi @Indozone Terhadap Kepuasan Followers Generasi Z Dalam Memperoleh Informasi.” di Universitas Gunadarma. | Persamaan dengan penelitian ini terletak pada manfaat media sosial untuk memperoleh informasi | Perbedaan penelitian ini berfokus pada subjek penelitian yaitu masyarakat kota Padang | hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh secara parsial antara motif penggunaan media terhadap kepuasan followers. |

|  |   |  |   |   |
|--|---|--|---|---|
| Lila Setiyani, M. Wahidin, Finna Pusita Priasih Kriswanto/ 2022/ Kuantitatif | Analisis Kepuasan Mahasiswa Stmik Rosma Dalam Pemanfaatan Akun Instagram @Stmikrosmaofficial Menggunakan Teori Uses And Gratifications                          | Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama sama mnggunakan Teori Uses And Gratifications | Perbedaan dengan penelitian ini yaitu subjek penelitian masyarakat kota Padang.               | hasil penelitian menunjukkan bahwa responden memiliki harapan yang cukup tinggi sebelum mengakses akun instagram @stmikrosmaofficial  |
| Atika Ariani/ 2024/ Kuantitatif  | Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kualitas Informasi Akun Instagram @Magangupdate Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Magang Followers                    | Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama – sama menggunakan media sosial               | Perbedaan dengan penelitian ini   | hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara penggunaan media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @magangupdate terhadap pemenuhan kebutuhan informasi magang followers |
| Nurfan Erizal, Syukur Kholil, Nabila Yasmin / 2024 / Kuantitatif             | Pengaruh Penggunaan Akun Instagram @ussfeeds Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers Dikalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Jurusan Ilmu Komunikasi | Persamaan dengan penelitian ini yaitu Instagram sebagai objek penelitian.                | Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada subjek penelitian yaitu masyarakat kota Padang. | terdapat pengaruh antara penggunaan akun Instagram @ussfeeds terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikut di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial, Jurusan Ilmu Komunikasi,               |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
|  | Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.   |  |  | Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.   |
| Chika Marsanda & Siti Maryam (2024)/ Kuantitatif | Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Magang Dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) Pada Kalangan Mahasiswa | Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan media sosial sumber informasi. | Perbedaan dengan penelitian ini yaitu objek penelitian | Temuan menunjukkan bahwa menggunakan media sosial secara signifikan mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi, dan ada hubungan yang kuat antara variabel tersebut. |

## 2.2 Kerangka Teori

### 2.2.1 Teori Uses and Gratification

Teori kegunaan dan kepuasan (*uses and gratification theory*) adalah suatu pendekatan untuk memahami mengapa dan bagaimana individu secara aktif mencari dan menggunakan media tertentu untuk memenuhi kebutuhan tertentu (Katz & Foulkes, 1962). Teori yang berpusat pada khalayak media menekankan seorang konsumen media yang aktif. Teori U&G juga menyatakan bahwa khalayak pengguna media dianggap khalayak yang mudah terpengaruhi oleh media, sedangkan pada teori *Uses and Gratifications* memiliki persepsi bahwa khalayak justru ikut aktif dimana khalayak memilih menggunakan media tertentu untuk kebutuhan akan informasi, pendidikan maupun hiburan.

Ada 5 asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori *uses and gratification*, yaitu:

1. Khalayak dipandang sebagai pihak yang aktif, karena mereka secara sadar memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan serta tujuan tertentu yang ingin dicapai.
2. Keputusan untuk menyesuaikan kebutuhan kepuasan dengan jenis media yang dipilih sepenuhnya berada di tangan individu sebagai bagian dari khalayak.
3. Media berkompetisi dengan sumber kebutuhan lain.
4. Individu memiliki kesadaran akan penggunaan media mereka, minat, motif, sehingga dapat memberikan gambaran yang akurat pada peneliti.
5. Keputusan pada nilai mengenai bagaimana khalayak menghubungkan kebutuhannya dengan media atau isi tertentu seharusnya ditunda.

Denis McQuail membahas penyebab dan metode khas di mana khalayak media yang terlibat pada tahun 1987, menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya.

#### 1. Informasi

a) Belajar tentang kejadian dan keadaan penting di lingkungan seseorang, masyarakat, dan dunia yang lebih luas.

b) Meminta bimbingan tentang pengambilan keputusan ataupun pendapat tentang isu- isu praktis.

c) Memenuhi minat bersama dan pertanyaan yang terusik.

d) Mendidik diri sendiri belajar.

e) Pengetahuan yang memberikan rasa aman

2. Identitas diri sendiri.

a) Memperoleh dukungan untuk nilai-nilai seseorang.

b) Menemukan model perilaku.

c) Mengidentifikasi dengan orang-orang penting (di media).

3. Integritas dan Interaksi Sosial

a) Kemampuan untuk memahami situasi orang lain dimana disebut dengan empati sosial

b) Mengembangkan rasa memiliki dan identifikasi dengan oranglain.

c) Membangun landasan untuk kontak sosial dan wacana.

d) Memiliki alternatif untuk persahabatan manusia.

e) Membantu dalam kinerja peran sosial.

f) Memfasilitasi komunikasi dengan keluarga, teman, dan masyarakat

4. Hiburan

a) Menghindari atau mengalihkan pribadi dari masalah yang mengganggu

b) Santai.

c) Mendapatkan pengalaman budaya atau estetika bawaan yang menyenangkan.

d) Waktu untuk mengisi perasaan yang kosong.

e) Pelepasan emosional

Teori *uses and gratification* dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan media sosial Instagram @infosumbar sebagai media informasi. Dari teori ini, akan diketahui tingkat kepuasan saat memilih akun Instagram @infosumbar sebagai salah satu penyedia informasi di kota Padang . Penelitian ini mengangkat judul “Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram @infosumbar Terhadap Kepuasan Memperoleh Informasi Masyarakat Kota Padang.

Pemenuhan kebutuhan masyarakat oleh media termasuk dalam model *Uses and Gratifications*. Khalayak pengguna media memiliki berbagai dorongan dan alasan tertentu yang dikategorikan ke dalam beberapa tipe kepuasan penggunaan media yang diklasifikasi kebutuhan dan kepuasan khalayak menurut McQuail, Blumler, & Brown (1972) antara lain yaitu:

a) Pengalihan (*diversion*), kategori kepuasan yang berasal dari penggunaan media untuk pengalihan dari rutinitas atau masalah sehari-hari.

b) Hubungan personal (*personal relationship*), kategori kepuasan yang berasal dari penggunaan media untuk menjalin pertemanan.

c) Identitas personal (*Personal Identity*), kategori kepuasan yang berasal dari penggunaan media yang dapat menekankan nilai individu.

d)Pengawasan (*surveillance*), kategori kepuasan yang berasal dari penggunaan media yang dimana melibatkan pengumpulan informasi yang dibutuhkan.

### 2.2.3 Media Sosial

Media sosial adalah media *online* (daring) yang memiliki kegunaan sebagai sarana pergaulan sosial di internet. Media sosial dapat digunakan untuk kegiatan berinteraksi, berkomunikasi, networking dan lainnya. Media sosial sebagai teknologi berbasis situs web yang dapat mengubah sebuah komunikasi ke dalam dialog interaktif (Salsabillah & Yuniarti, 2023).

Media sosial juga merupakan salah satu platform media yang dikonsumsi oleh khalayak media untuk berinteraksi maupun berkomunikasi, untuk memperoleh informasi secara up to date dengan menggunakan jaringan internet. pada perkembangan teknologi saat ini, media sosial menjadi hal yang lumrah atau sering digunakan oleh masyarakat, ini menyebabkan semakin banyak media sosial baru diluncurkan, yang menjadikan masyarakat bebas memilih media yang hendak digunakan untuk memenuhi kebutuhannya salah satunya yaitu kebutuhan informasi. (Sutrisno & Mayangsari, 2021)

#### **a. Karakteristik Media Sosial**

Menurut Nasrullah (2015) media sosial memiliki karakter khusus, yaitu:

1. Jaringan (*Network*) Jaringan merupakan sebuah penghubung yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya. Jaringan ini berguna untuk komunikasi terjadi jika antar komputer terhubung.
2. Informasi (*Informations*) ini menjadi sebuah identitas yang penting di media sosial memperkenalkan identitasnya, membuat atau memproduksi sebuah konten dan melakukan interaksi atas informasi yang didapat.
3. Interaksi (*Interactivity*) interaksi yang terjadi di sebuah Media sosial akan membentuk sebuah jaringan antar pengguna yang tidak sekedar hanya untuk sosial atau pertemanan akan tetapi untuk membangun interaksi antar pengguna.
4. Simulasi sosial (*Simulation of society*) salah satu karakter media sosial sebagai terjadinya medium berlangsungnya masyarakat di dunia *virtual*.

#### **b. Kategori Media Sosial**

Menurut Nasrullah (2015), ada enam kategori besar media sosial:

- 1) *Social Networking Platform* yang memungkinkan pengguna terlibat dalam interaksi dan membentuk jaringan pertemanan baru dengan orang yang memiliki minat serupa. Contohnya adalah Facebook dan Instagram.
- 2) *Blog* Jenis media sosial di mana pengguna dapat berbagi informasi, tautan web, dan aktivitas sehari-hari serta meninggalkan komentar.

3) *Microblogging* Media sosial yang memungkinkan pengguna menulis dan berbagi pemikiran, aktivitas, dan pengalaman mereka.

4) *Media Sharing Platform* yang memungkinkan pengguna untuk berbagi file dokumen, audio, dan gambar secara online. YouTube adalah contohnya.

5) *Social Bookmarking* Alat media sosial untuk mengelola informasi dan pencarian berita secara online.

6) *Wiki* atau media konten bersama Situs web tempat pengguna berkolaborasi untuk membuat dan mengedit konten bersama. Setiap pengguna dapat mengubah atau mengedit konten yang dipublikasikan.

### **c. Manfaat Media Sosial**

Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Dari generasi muda hingga tua, hampir semua kalangan menggunakan media sosial untuk berbagai tujuan. Berikut adalah beberapa manfaat utama media sosial berdasarkan berbagai bidang:

#### **1. Media Sosial untuk Bersosialisasi**

Media sosial memungkinkan sosialisasi tanpa batas waktu dan ruang. Dengan koneksi internet, pengguna dapat berkomunikasi dengan siapa saja kapan saja, membuatnya menjadi alat penting untuk menjaga hubungan dengan kerabat dan teman.

#### **2. Menggantikan Fungsi Buku Diary**

Generasi 1980–1990-an mungkin akrab dengan buku diary untuk mencatat pengalaman atau perasaan pribadi. Kini, fungsi ini sebagian besar

telah digantikan oleh media sosial, di mana pengguna dapat dengan mudah membagikan perasaan mereka secara publik atau pribadi.

### 3. Mempertemukan Teman Lama

Media sosial memungkinkan pengguna menemukan teman lama, partner bisnis, atau bahkan saudara yang telah lama terpisah, menjadikannya alat penting untuk menjalin kembali hubungan yang hilang.

### 4. Menemukan Teman Baru

Platform ini memungkinkan pengguna memperluas jaringan sosial mereka dengan bertemu orang-orang baru yang memiliki minat serupa.

### 5. Sebagai Media Penghibur

Media sosial menyediakan berbagai bentuk hiburan, seperti video lucu, musik, cerita menarik, dan kutipan motivasi yang dapat membantu mengurangi stres dan kejenuhan.

### 6. Penyaluran Hobi

Banyak grup atau komunitas di media sosial yang fokus pada hobi tertentu, seperti komunitas otomotif, kolektor, pencinta musik, dan lainnya. Ini memungkinkan pengguna untuk berbagi pengalaman, ide, dan informasi yang relevan dengan minat mereka.

### 7. Sumber Informasi Terbaru

Media sosial seringkali lebih cepat dalam menyebarkan berita dibandingkan media tradisional seperti televisi atau radio. Pengguna dapat dengan mudah memperoleh informasi terkini dalam berbagai bidang

### **2.2.3 Instagram**

Instagram meruakan media sosial yang berbasis foto atau gambar yang menyajikan keada enggunanya beragam jenis gambar dan video yang disediakan memalui online. Instagram beraasal dari kata “insta” dan “gram” yang memiliki makna “instan”, ini memiliki makna kemamuan untuk menamilkan gambar atau foto secara instan. Yang disebabkan oleh instagram mamu mengirimkan gambar atau video secara langsung dan instan, Instagram dibentuk Kevin Systrom, Mike, dan diterbitkan di tahun 2010. (Siregar, et.al, 2024).

Dalam penelitian (Sikumbang, et al. 2023) faktor yang memengaruhi media sosial Instagram menjadi platform media sosial populer berkembang pesat ini disebabkan oleh beberapa faktor, berikut faktornya :

1. Fungsi *Mobile*: media sosial instagram meruakan alikasi yang berbasis alikasi mobile yang artinya mudah digunakan kaan saja dan dimana saja.
2. *Fleksibilitas*: Instagram memberikan kemudahan bagi enggunanya untuk membagikan konten yang tana diedit, ini memudahkan untuk engguna membagikan kontennya.

3. *Visualisasi*: khalayak lebih cenderung lebih mudah untuk mencari informasi melalui tampilan visual dibandingkan teks narasi sehingga ini menjadikan visual sebagai *ouler*.
4. *Format Persegi*: Instagram mampu menarik minat pengguna melalui tampilan visualnya yang didominasi format persegi, sehingga terasa lebih nyaman saat dilihat. ini memberikan kesan rapi dan estetis, yang pada akhirnya membuat platform tersebut lebih diminati, khususnya oleh kalangan anak muda yang cenderung menyukai konten visual yang sederhana namun menarik.
5. *Fitur Inovatif*: Instagram sering memberikan fitur yang inovatif untuk para pengguna, seperti berbagai tingkatan akses, pengalaman berbeda untuk pengguna berbagai usia, dan fitur yang memungkinkan pengguna untuk menghubungkan dengan audiens yang luas
6. *Pemasaran dan Promosi*: Instagram menjadi alat yang efektif untuk memasarkan produk dan layanan, karena memiliki audiens yang luas dan berpotensi beli
7. *Integrasi dengan Instagram Stories*: *Instagram Stories* memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video sementara dan mengizinkan mereka untuk menanggapi konten *Stories* dengan mengirimkan foto dan lengkap dengan efek Instagram.

Instagram pada terkoneksi dengan aplikasi media sosial facebook , karena instagram merupakan bagian dari aplikasi facebook. Yang

menyebabkan dapat menghubungkan teman pada aplikasi facebook ke instagram, Karena sudah banyaknya pengguna Instagram, kini instagram bertambah fungsi menjadi wadah pusat informasi maupun berita (Foreza & Misnawati, 2020)

Penelitian (Ikayanti, 2020) mengatakan bahwa individu atau pengguna yang menggunakan media sosial Instagram dapat membagikan konten seperti video atauun foto kepada pengguna Instagram lainnya. Instagram juga mempunyai berbagai fitur yang daat digunaka oleh para penggunanya dalam menggunakan instagram, fitur-fitur tersebut, yakni:

1. *Home Page* merupakan halaman utama yang menampilkan timeline feeds, stories mauun foto yang dibagikan oleh penggunanya yang saling mengikuti. Melihat foto-foto di *timeline* dapat dilakukan dengan cara *scroll layer* dari bawah ke atas atau sebaliknya.

2. *Add Post Feed Fitur* merupakan fitur yang digunakan oleh enggunanya untuk men-share ataupun berupa video maupun foto yang ingin dibagikan. Video, foto ataupun storis ini akan muncul paa home page an profil pengguna.

3. *Search & Explore* Search Fitur ini memungkinkan pengguna menemukan akun yang ingin mereka cari, sementara halaman *explore* menampilkan berbagai unggahan dari pengguna lain yang memperoleh respons tinggi berupa banyak tanda suka.

4. *Like & Comments* Melalui fitur komentar dan tanda suka, pengguna dapat berinteraksi dengan unggahan akun lain, sekaligus memungkinkan pemilik akun melihat siapa saja yang memberikan respons terhadap konten yang mereka bagikan.

5. *Profile* Bagian ini merupakan bagian yang memuat data akun pengguna, seperti jumlah unggahan yang telah diposting, total pengikut, serta akun yang diikuti. Melalui halaman profil, pengguna juga dapat melihat seluruh konten yang dibagikan oleh akun tersebut.

6. *Stories* Konten berupa foto atau video berformat vertikal 9:16 dapat dibagikan dengan tambahan beragam efek filter. Unggahan ini bersifat sementara karena hanya tersedia selama 24 jam sebelum terhapus secara otomatis. Selain itu, fitur *Direct Message* memungkinkan pengguna mengirim dan menerima pesan pribadi yang hanya dapat diakses oleh pemilik akun terkait.

Akun Instagram @infosumbar menjadi salah satu media sosial yang menyajikan pusat informasi bagi masyarakat Sumatera Barat khususnya kota Padang, dengan ngikut yang mncaai 1,6 Juta, Akun Instagram @infosumbar dibuat sejak tahun 2012 dan rutin mengunggah berbagai konten termasuk informasi. (Triaputri & Muljono, 2022).

Adapun faktor-faktor yang masyarakat Kota Padang untuk Pemanfaatan Instagram @infosumbar sebagai sumber informasi :

1. Kualitas konten : kualitas konten yang diunggah menjadi faktor yang sangat penting dalam strategi pemanfaatan algoritma @infosubar . Konten yang informasi yang akurat dan berkualitas tentunya menarik perhatian pengikut instagram @infosubar juga menimbulkan interaksi. Oleh karena itu, penting bagi @infosubar untuk selalu menyajikan informatif agar dapat membangun koneksi dengan audiens.

2.Konsistensi: konsistensi dalam dan mengunggah konten secara teratur juga merupakan faktor dalam menjaga keterlibatan pengguna dan meningkatkan intensitas konten. Dengan menghadirkan konten secara konsisten, akun Instagram @infosubar dapat membangun hubungan yang berkelanjutan untuk pengikut Instagram tersebut.

3. Pemahaman terhadap preferensi pengguna: memahami preferensi pengguna adalah faktor penting dalam merancang strategi pemanfaatan algoritma. Akun Instagram @infosubar memahami karakteristik, minat, dan kebutuhan pengguna target mereka. Dengan memahami preferensi pengguna, Akun Instagram @infosubar dapat menyajikan informasi yang akurat serta mengoptimalkan fitur-fitur platform untuk memaksimalkan paparan konten kepada audiens yang tepat.

#### **2.2.4 Kepuasan Memperoleh Informasi**

Philip Palmgreen dalam Rachmat (2014) mengemukakan bahwa *Gratifications Obtained* (GO) adalah kepuasan yang didapat seseorang setelah menggunakan media. Kepuasan dalam penelitian ini yaitu kondisi

terpenuhinya kebutuhan seseorang dalam mencari informasi di akun Instagram @Infosumbar.

#### **a. Indikator Kepuasan Informasi**

Hasrat kebutuhan yang terpenuhi dalam menggunakan media akan menimbulkan kepuasan yang dalam penelitian ini merupakan variabel yang akan diteliti. Berikut beberapa indikator kepuasan informasi, yaitu:

1. Pencarian Informasi Menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan memperoleh informasi maupun pengetahuan untuk memahami suatu hal atau lingkungan yang bersifat umum.

2. Identitas Pribadi Menggunakan media untuk memperkuat nilai individu serta pemahaman diri, karena menemukan penunjang nilai-nilai pribadi.

c. Integrasi dan Interaksi Sosial Menggunakan media untuk memenuhi hubungan sosial dengan memiliki empati sosial terhadap orang lain, dan memperoleh informasi untuk berinteraksi sosial antara individu dengan teman, keluarga, atau lingkungan sekitarnya.

Informasi adalah data yang telah diolah sehingga menjadi lebih bermanfaat, bermakna, dan relevan bagi penggunanya. Setiap individu membutuhkan informasi sebagai bagian penting dari kehidupan sehari-hari. Informasi berperan sebagai bukti yang menunjukkan kebenaran, sebagai penjelasan atas hal-hal yang sebelumnya meragukan, serta sebagai dasar perkiraan untuk peristiwa yang mungkin terjadi di masa depan. Meskipun informasi bisa dianggap sebagai produk sampingan, faktanya informasi sering menjadi faktor utama yang menentukan keberhasilan atau kegagalan

suatu keputusan. Oleh karena itu, pengelolaan informasi perlu dilakukan secara tepat dan cermat. (Erizal, et. al, 2014)

### **b. Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Informasi**

Dalam memperoleh kepuasan, seorang individu memilih media yang dapat memenuhi kepuasan tersebut. Proses seorang individu untuk mencari kepuasan dari media sebagai berikut:

- a. Proses Seleksi Individu akan menggunakan media yang akan memenuhi informasi mengenai hal yang diinginkannya.
- b. Proses Memperhatikan Individu memberikan perhatian kepada informasi-informasi yang diberikan dalam suatu media yang nantinya memberikan pengetahuan mengenai hal yang diinginkan atau dibutuhkan.
- c. Proses Keterlibatan Individu akan terlibat secara personal terhadap informasi yang diberikan karena adanya hubungan antara identitas diri dengan media yang digunakan.

Ada beberapa pendekatan untuk melihat kebutuhan informasi pengguna, antara lain:

- 1) Kebutuhan informasi terbaru (*Update*), yaitu kebutuhan pengguna untuk memperoleh informasi paling mutakhir seiring dengan pesatnya perkembangan sistem informasi.

- 2) Kebutuhan informasi rutin, yaitu kebutuhan akan jawaban yang cepat, jelas, dan spesifik guna menunjang proses pengolahan informasi yang dibutuhkan.
- 3) Kebutuhan informasi mendalam, yaitu kebutuhan terhadap informasi yang disajikan secara lengkap, detail, dan akurat untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.
- 4) Kebutuhan informasi sekilas, yaitu keinginan pengguna untuk memperoleh informasi yang singkat namun tetap mencakup inti dan relevansi yang diperlukan dalam situasi tertentu.
- 5) Pendekatan ini berguna untuk memahami beragam kebutuhan informasi pengguna serta mampu menyesuaikan penyajian informasi agar memenuhi berbagai jenis kebutuhan yang berbeda.

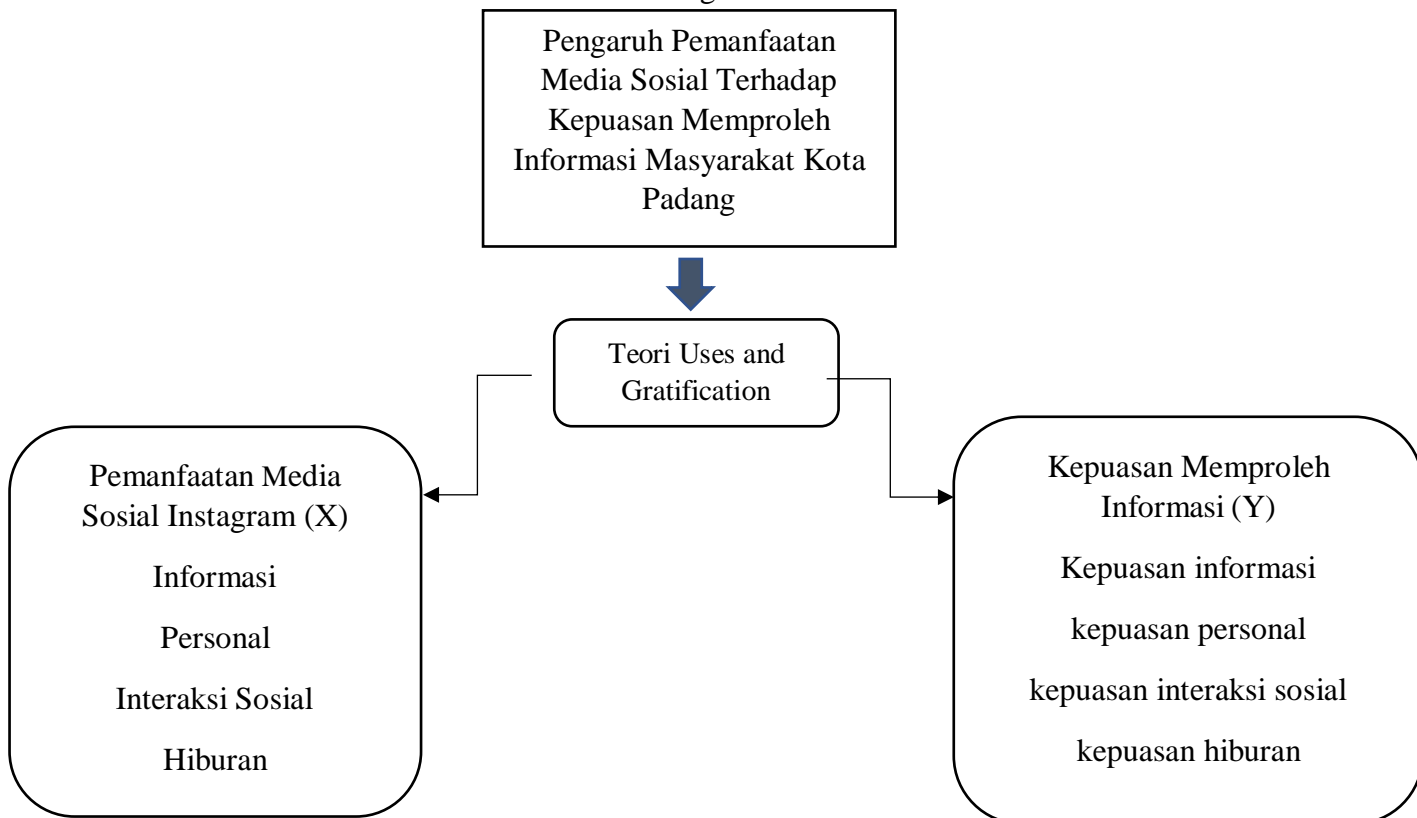
Dasar yang digunakan dalam teori ini yaitu perhitungan apakah motif audiens dipenuhi oleh suatu media atau bisa dikatakan apakah audiens merasa puas setelah menggunakan suatu media. Pengukuran kepuasan tersebut dilakukan dengan menghitung kesenjangan antara GS (Gratification Sought) dengan GO (Gratification Obtained).

Menurut penelitian (Sanjaya & Gafar, 201) Indikator Kepuasan Informasi merupakan kebutuhan yang terpenuhi dalam menggunakan media akan menimbulkan kepuasan yang dalam penelitian ini merupakan variabel yang akan diteliti. Berikut beberapa indikator kepuasan informasi, yaitu:

- a. Pencarian Informasi yaitu memanfaatkan sebuah media untuk memenuhi kebutuhan dan memperoleh informasi maupun pengetahuan untuk memahami suatu hal atau lingkungan yang bersifat umum.
- b. Identitas Pribadi juga merupakan bagaimana seseorang menggunakan media untuk memperkuat nilai individu serta pemahaman diri, karena menemukan penunjang nilai-nilai pribadi.
- c. Integrasi dan Interaksi Sosial yaitu seseorang atau individu menggunakan media untuk memenuhi hubungan sosial dengan memiliki empati sosial terhadap orang lain, dan memperoleh informasi untuk berinteraksi sosial antara individu dengan teman, keluarga, atau lingkungan sekitarnya

### 2.3 Kerangka Berpikir

Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran



## 2.4 Hipotesis

Berdasarkan permasalahan yang terdapat dalam rumusan masalah penelitian ini maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

Ho : tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan pengguna instagram dalam mengakses informasi pada akun @infosumbar

Ha : terdapat pengaruh terhadap kepuasan pengguna instagram dalam mengakses informasi pada akun @infosumbar.

Hasil dari uji t dapat dijelaskan bahwa nilai t hitung  $14,850 > 1,984$  t tabel, dengan nilai signifikan  $0,01 < 0,05$ , dari hasil uji t tersebut menyatakan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, maka kesimpulannya adalah bahwa pengaruh pemanfaatan media sosial instagram @infosumbar memiliki pengaruh yang signifikan dan kuat terhadap kepuasan memperoleh informasi masyarakat kota Padang.

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dari kuesioner dengan menggunakan skala likert, yaitu Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju, yang disebarluaskan melalui online dan turun ke lapangan untuk mempermudah peneliti memperoleh jawaban dari responden.