

ANALISIS FAKTOR PADA MEDIA SOSIAL DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI MENGGUNAKAN PENDEKATAN PRISMA

Gideon Natanael Putra Surbakti¹⁾, Besse Hartati²⁾, Catur Susaningsih³⁾

^{1,2,3)} Politeknik Imigrasi

email : gideonsurbakti777@gmail.com¹⁾, hartatimassaille@yahoo.com²⁾, caturesusan7@gmail.com³⁾

Abstraksi

Media sosial menjadi sarana utama di kalangan masyarakat dalam mencari informasi. Efektivitas media sosial dalam memenuhi kebutuhan informasi bergantung pada beberapa faktor diantaranya kredibilitas, terpaan media, kemanfaatan, jenis konten, dan selektivitas informasi. Tujuan penelitian untuk menentukan metode dan pendekatan yang tepat dalam menganalisis faktor-faktor tersebut sehingga dapat digunakan sebagai dasar pengoptimalan pemanfaatan media sosial. Penelitian ini menggunakan metode SLR (*Systematic Literature Review*) dengan pendekatan PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analysis*) yang menyaring 6446 artikel dari berbagai sumber dan menghasilkan 35 artikel yang paling relevan untuk dijadikan bahan acuan untuk melakukan penelitian dalam menganalisis pemenuhan kebutuhan informasi pada media sosial. Dari kajian ini didapatkan bahwa kredibilitas adalah faktor yang paling sering dibahas dalam literatur. Metode analisis yang paling umum digunakan adalah uji regresi linear sederhana, dan media sosial yang paling sering dijadikan sebagai objek penelitian adalah Instagram. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian mengenai pengoptimalan pemenuhan kebutuhan informasi pada media sosial.

Kata Kunci :

Media Sosial, Kebutuhan Informasi, *Uses and Gratification*, PRISMA

Abstract

Social media has become the main means for people to seek information. The effectiveness of social media in meeting information needs depends on several factors including credibility, media exposure, usefulness, type of content, and selectivity of information. The purpose of this study is to determine the right method and approach in analyzing these factors so that it can be used as a basis for optimizing the use of social media. This study uses the SLR (Systematic Literature Review) method with the PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analysis) approach which filters 6446 articles from various sources and produces 35 of the most relevant articles to be used as reference material for conducting research in analyzing the fulfillment of information needs on social media. From this study, it was found that credibility is the most frequently discussed factor in the literature. The most commonly used analysis method is a simple linear regression test, and the social media most often used as the object of research is Instagram. The results of this study can be used as a reference in research on optimizing the fulfillment of information needs on social media.

Keywords :

Social Media, Information Needs, Usefulness and Satisfaction, PRISMA

Pendahuluan

Media sosial menjadi sebuah bukti kemajuan teknologi saat ini dimana kita dapat berkomunikasi dengan pengguna yang lainnya. Terdapat beberapa tampilan dari media sosial yaitu gambar, teks, audio, video, dan lainnya. Adapun macam-macam dari media sosial yaitu Instagram, tiktok, whatsapp, youtube, twitter, dan lainnya.

Media sosial memiliki beberapa manfaat kepada para penggunanya seperti memudahkan dalam berkomunikasi tanpa batas, dapat menikmati konten menarik yang dihasilkan media sosial, meningkatkan pengetahuan akan informasi yang dihasilkan, dan manfaat lainnya. Media sosial menghilangkan batasan yang ada sehingga pengguna media sosial

data dengan mudah mendapatkan berita atau informasi yang dibutuhkan.

Berangkat dari minat pengguna untuk mencari informasi yang diinginkan pada media sosial, tentunya media sosial harus mempunyai informasi yang layak, sesuai dengan kebutuhan pengguna, dan mudah dipahami sehingga pengguna dapat terpenuhi kebutuhan informasinya..

Berdasarkan dari beberapa sumber yang didapatkan, dijelaskan terkait pengaruh dari kredibilitas dan terpaan media dalam pemenuhan kebutuhan informasi. Seperti artikel yang membahas mengenai informasi trailer film bagi para followers dimana kebutuhan informasinya dapat terpenuhi oleh adanya terpaan dan kredibilitas instagram @Netflixid. Hasilnya memperlihatkan tingkat pengaruh sebesar

31,1% terhadap terpenuhinya kebutuhan informasi yang diberikan oleh terpaan media dan kredibilitas.[1]

Dalam penelitian yang lain, dijelaskan terkait pengaruh jenis konten dalam pemenuhan kebutuhan informasi. Dalam penelitian yang lain juga membahas mengenai pemenuhan kebutuhan informasi oleh followers @Wonosobozone yang dipengaruhi oleh konten yang terdapat pada Instagram. Hasilnya memperlihatkan tingkat pengaruh sebesar 68,3% terhadap terpenuhinya kebutuhan informasi oleh para followers yang diberikan konten Instagram @Wonosobozone[2]

Hal yang menjadi pembeda diantara kedua penelitian diatas dengan penelitian ini adalah mencoba mengusulkan untuk mengetahui metode dan pendekatan apa yang paling sesuai untuk mengetahui faktor yang memiliki pengaruh terhadap terpenuhinya kebutuhan informasi dengan menggunakan metode yang sering digunakan.

Tinjauan Pustaka

1. Media sosial

Media sosial menjadi sebuah cara baru bagi masyarakat dalam melakukan komunikasi digital yang memungkinkan pengguna berkontribusi dalam membuat dan membagikan suatu konten. Hal ini karena media sosial mempunyai karakter unik, seperti konten yang dibuat oleh pengguna, simulasi sosial, interaksi, arsip, informasi, dan jaringan. Tentu ini menjadi pembeda dari media yang lain yang mengundang perhatian dari penggunaannya dengan media yang responsif dan interaktif.

Oleh karena itu, diperlukan pendekatan teoritis yang sesuai seperti yang terdapat pada kutipan (Situmeang, 2020) untuk dapat mengetahui perbedaan diantara media sosial dan media tradisional serta hubungannya masing-masing dengan masyarakat.[33]

2. Teori Uses and Gratification

Elihu Katz, Jay Blumer, dan Michael Gurevitch menjelaskan teori di atas pertama kalinya di tahun 1974 yang didasari adanya penggunaan dan pemenuhan kepuasan. Dalam teori tersebut dijelaskan bahwa pengguna mempunyai tanggungjawab media yang mereka pilih dengan tujuan memenuhi kebutuhan dari pengguna itu sendiri.

Diambil dari kutipan (Helen & Rusdi, 2019), Nurudin berpendapat bahwa teori *uses and gratification* menjelaskan media dari kegunaannya dalam memenuhi kebutuhan.

Salah satu hal yang memberikan pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi adalah media.[12]

West dan Turner berpendapat bahwa terdapat lima anggapan dari *Uses and Gratification* untuk mengembangkan teorinya yaitu :

1. Khalayak aktif, dimana media digunakan berdasarkan tujuan penggunaan

2. Tindakan cepat yang diberikan khalayak dengan maksud yang sama dengan dihubungkannya sebuah media dengan tercapainya kepuasan kebutuhan penggunaannya.

3. Adanya persaingan diantara media dengan sumber kepuasan yang lain dalam memenuhi kebutuhan.

4. Khalayak memiliki pemahaman akan pemakaian dari sebuah media sehingga dapat menggunakan media dengan tepat.

5. Penilaian dari isi sebuah media yang digunakan hanya dapat dilakukan oleh khalayak.

Dari anggapan di atas, Effendy (Khansa & Putri, 2021) mengungkapkan bahwa terdapat tujuan khalayak untuk memenuhi kebutuhannya, yaitu :

1. Kebutuhan kognitif, khalayak memiliki rasa keingintahuan akan sebuah informasi dan wawasan sehingga dibutuhkan kebutuhan kognitif untuk memenuhi kebutuhannya.

2. Kebutuhan kognitif, khalayak memiliki rasa kesenangan ataupun emosional dari pengalaman khalayak sehingga dibutuhkan kebutuhan kognitif untuk memenuhi kebutuhannya.

3. Kebutuhan integrasi pribadi, khalayak memiliki keyakinan yang menciptakan sebuah keinginan sehingga dibutuhkannya kebutuhan integrasi pribadi dalam memenuhi kebutuhannya.

4. Kebutuhan integrasi sosial, kebutuhan khalayak akan informasi memiliki kaitan dengan kehidupan bersosial dengan khalayak yang lainnya .

5. Kebutuhan pelarian, kebutuhan khalayak akan sarana hiburan yang dapat meminimalkan beban pikiran atau hal lain yang mengganggu pemikiran sehingga dibutuhkan kebutuhan pelarian untuk memenuhi kebutuhannya.

3. Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Sesuai dengan anggapan Rubin (2017) dijelaskan bahwa kebutuhan informasi mengarah kepada kondisi yang terdapat ketidakseimbangan diantara pengetahuan dan tujuan yang ingin diraih.

Sesuai dengan asumsi pertama pada teori *Uses and Gratification* dijelaskan bahwa khalayak memiliki sebuah target dan cara tersendiri sesuai dengan tujuannya atau gratifikasi yang diinginkan dalam menggunakan media.

Gratifikasi yang didapatkan dari media modern tentu tidak sama dengan media tradisional. Hal ini disebabkan oleh adanya dorongan dalam pemakaian media sesuai dengan keinginan pengguna dari fitur-fitur yang terdapat pada media modern,

Dalam Jurnal *Sundar dan Limperos* (2013) dilakukan penjelajahan mengenai teori tersebut dimana sebelum itu sudah diciptakan dalam beberapa platform media.

Selain itu juga dilakukan penjelajahan terhadap kapasitas daripada kepuasan yang diisyaratkan dalam empat golongan keterjangkauan (*Modality, agency, interactivity, dan navigability*) sesuai dengan cakupan dari media digital sehingga didapatkan penjelasan yang lebih lengkap untuk

dapat ditimbang.[25]

4. Metode PRISMA

Penelitian ini memakai mekanisme *Systematic Literature Review* (SLR) dimana menggunakan aturan SLR *Preferred Reporting Items for Systematic Review and Meta-Analysis* (PRISMA) untuk mempelajari metode dan pendekatan yang paling tepat digunakan dalam menganalisis media social dalam pemenuhan kebutuhan informasi.

Berdasarkan kutipan dari (Adrillian et al. 2024), metode ini digunakan karena peneliti dapat menemukan berbagai referensi mengenai metode dan pendekatan yang sering digunakan oleh peneliti-peneliti sebelumnya, selanjutnya dilakukan identifikasi, klasifikasi, dan analisis media social terkait pemenuhan kebutuhan informasinya.

Simamora (2024) menyebutkan beberapa tahapan dari penggunaan pendekatan PRISMA adalah *identification, screening, eligibility, dan included*. [36]

Tahapan yang dilakukan berdasarkan kutipan (Page et al, 2021) dilakukan dengan mengidentifikasi beberapa literatur yang sesuai dengan cara memakai kata kunci yang sudah dipilih dan dilakukan pencarian artikel dari berbagai database akademik.

Pengambilan data dari artikel yang diambil menggunakan aplikasi *Publish or Perish*.

Setelah dilakukan proses identifikasi, tahap berikutnya adalah *screening*. Hal ini dilakukan dengan melakukan seleksi terhadap artikel yang sudah dipilih apakah sudah sesuai dengan kriteria yang ditentukan atau tidak.

Kutipan pada artikel (Polanin et al 2019), menjelaskan bahwa pada tahapan ini, judul dan abstrak dari artikel yang sudah dikumpulkan dilakukan pengecekan kembali untuk memastikan bahwa artikel yang dipilih sudah sesuai dengan ketentuan.

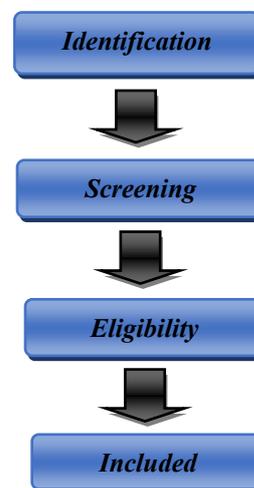
Setelah dilakukan tahap *screening*, tahap selanjutnya adalah *eligibility*. Hal ini dilakukan dengan membaca isi dari artikel yang sudah diseleksi pada tahap sebelumnya secara keseluruhan. Moher et al (2015) menjelaskan bahwa pada tahapan ini bertujuan untuk melakukan penilaian terhadap kesesuaian dari artikel yang dikumpulkan dan kualitasnya. Dengan ini dapat dipastikan bahwa artikel yang terpilih memenuhi standar metodologi yang sudah ditentukan.

Tahap terakhir dari pendekatan ini adalah *Included*. Dalam kutipan (Sabah et al, 2023) dijelaskan bahwa pada tahap ini dilakukan proses analisis berdasarkan artikel yang sudah diseleksi dari tahap *eligibility* untuk dapat ditarik kesimpulan terkait faktor pada media sosial yang berpengaruh dalam pemenuhan kebutuhan informasi.

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan survei secara keseluruhan terhadap penelitian tentang faktor apa saja pada media sosial yang memiliki pengaruh terhadap terpenuhinya kebutuhan

informasi dengan menerapkan teori *Uses and Gratification* dan membuat tinjauan sistematis dengan menggunakan metode PRISMA. Adapun tahapan yang harus dilakukan dalam proses ini yaitu: penentuan standar kecocokan artikel, penentuan sumber data, pemilihan artikel, pengambilan data, dan pemilihan item data.



Gambar 1. Alur Penelitian Metode PRISMA

Pada gambar 1 adalah alur penelitian yang dimulai dari tahap *identification* berupa penentuan standar kecocokan artikel dan sumber data. Tahap selanjutnya yaitu melakukan *screening* terhadap artikel sesuai dengan topik dan judul yang ingin diangkat dalam penulisan artikel. Tahap berikutnya yaitu proses *eligibility* dengan melakukan penyeleksian terhadap isi artikel. Tahap terakhir adalah *included* yaitu pemilihan artikel yang paling mendekati secara keseluruhan dari artikel yang ingin dibuat pada penelitian selanjutnya.

A. Tahap 1: *Identification*

Dalam tahap 1 dilakukan penentuan standar kecocokan artikel dengan menggunakan kriteria inklusi (IC) dan penentuan sumber data yang dipilih.

Penentuan standar kecocokan artikel

- 1) IC1: artikel yang didapatkan berasal dari penelitian asli yang telah dipelajari dan ditulis menggunakan bahasa Indonesia.
- 2) IC2 : artikel tersebut diterbitkan dengan rentang tahun 2022 sampai 2024.
- 3) IC3 : Artikel yang telah dikumpulkan ini dapat dijadikan dasar penelitian terhadap pengoptimalan peran media sosial dalam memenuhi kebutuhan informasi di kalangan masyarakat berdasarkan metode dan pendekatan yang dihasilkan.

Penentuan sumber data

- 1) Artikel didapatkan dari database kajian akademis, seperti *Google Scholar, Crossref, OpenAlex dan Semantic Scholar*.
- 2) Berdasarkan artikel yang sudah sesuai dengan ketentuan IC, dilakukan penelusuran terhadap isinya untuk melihat hubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

B. Tahap 2: *Screening*

- 1) Penetapan kata kunci. Adapun kata kunci yang dicatumkan dalam database terkait yaitu "Media sosial dan teori *Uses and Gratification*".
- 2) Untuk mengeksplorasi dan melakukan pemilihan judul yang sesuai, maka dilakukan analisis serta penyortiran artikel pada bagian abstrak dan kata kunci berdasarkan ketentuan yang dimiliki.
- 3) Mereview kembali sebagian atau seluruh isi artikel yang sudah diperoleh dari hasil penyaringan pada tahap sebelumnya untuk mendapatkan artikel yang tepat untuk dilakukan peninjauan pada tahap selanjutnya..
- 4) Artikel yang masuk daftar peninjauan akan dikaji ulang untuk menemukan penelitian yang relevan yang terdapat pada tahap 3 hingga 4.

C. Tahap 3: *Eligibility*

Pada tahap 3 dilakukan pengumpulan data dengan membuat formulir ekstraksi data. Penelitian ini mendapatkan 6446 jurnal artikel berdasarkan kata kunci "Media sosial dan teori *uses and gratification*" dari semua sumber. Dari semua artikel yang telah dikaji, terdapat 1034 artikel dimana judul dan abstrak dari artikel tersebut sesuai dengan penelitian yang ingin dilakukan.. Setelah itu dilakukan analisis lebih lanjut, dimana pada tahap ini dihasilkan 35 artikel yang paling mendekati untuk penelitian ini. Pada Tabel I ditunjukkan data yang telah dikumpulkan.

Tabel 1. Pengumpulan Data

Sumber	Kata Kunci (Media sosial dan teori Uses and Gratification)	Kandidat	Terpilih
Google Scholar	3770	200	16
Crossref	1000	400	3
OpenAlex	1000	368	13
Semantic Scholar	676	66	3
Total	6446	1034	35

D. Tahap 4: *Included*

Pada tahap 4 dilakukan pemilihan artikel yang mendekati secara keseluruhan terhadap artikel yang ingin dibuat pada penelitian selanjutnya. Data yang didapatkan dari artikel- artikel yang sudah dipilih dengan berisi pendekatan yang diterapkan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengoptimalan dalam pemenuhan kebutuhan informasi oleh media sosial..

Penelitian ini bertujuan untuk mengusulkan suatu pendekatan yang diterapkan oleh peneliti lain dimana dapat diketahui faktor apa saja yang memiliki pengaruh terhadap pengoptimalan dalam terpenuhinya kebutuhan informasi oleh media sosial. Berdasarkan tujuan tersebut, dilakukan pengkajian terhadap beberapa jurnal artikel yang sudah ditentukan dengan menggunakan "Studi Terpilih" tentang pengoptimalan media sosial dalam pemenuhan kebutuhan informasi. Didapatkan hasil berupa judul jurnal, sumber publikasi, tahun publikasi, klasifikasi variabel, dan pemetaan metode yang digunakan dari literatur yang telah didapat.

Tabel 2. Sumber Publikasi

No.	Judul	Tahun	Jenis
1.	Hubungan penggunaan...[3]	2022	Jurnal
2.	Efektivitas media sosial...[4]	2022	Jurnal
3.	Efektivitas akun tiktok...[5]	2022	Jurnal
4.	Penggunaan media ...[6]	2022	Jurnal
5.	Motif penggunaan...[7]	2022	Jurnal
6.	Pengaruh motif...[8]	2022	Jurnal
7.	Pengaruh terpaan...[9]	2022	Jurnal
8.	Pengaruh penggunaan...[10]	2023	Jurnal
9.	Analisis kepuasan...[11]	2023	Jurnal
10.	Pengaruh penggunaan	2023	Jurnal
11.	Penggunaan aplikasi...[13]	2023	Jurnal
12.	Pengaruh penggunaan...[14]	2023	Jurnal
13.	Motif mahasiswa...[15]	2023	Jurnal
14.	Pemanfaatan instagram...[16]	2023	Jurnal
15.	Pengaruh konten...	2023	Jurnal
16.	Hubungan isi...[17]	2023	Jurnal
17.	Pengaruh pemanfaatan...[18]	2023	Jurnal
18.	Pengaruh postingan...[19]	2023	Jurnal
19.	Instagram sebagai...[20]	2023	Jurnal
20.	Pengaruh intensitas...[21]	2023	Jurnal
21.	Pengaruh penggunaan...[22]	2023	Jurnal
22.	Pengaruh terpaan...	2023	Jurnal

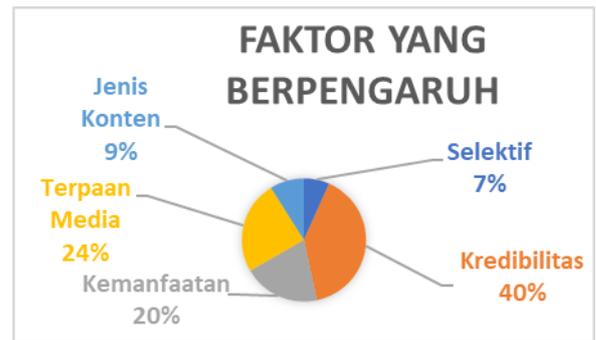
23.	Pengaruh terpaan...[23]	2023	Jurnal	Rambe			
24.	Hubungan antara...[24]	2023	Jurnal				
25.	Pengaruh penggunaan	2024	Jurnal	Syahra		Kredibilitas	
26.	Pemenuhan kebutuhan...[26]	2024	Jurnal	Safriana, Nuriyati Samatan	2022		Uji Korelasi
27.	Pengaruh kredibilitas...[27]	2024	Jurnal				
28.	Unggahan konten...[28]	2024	Jurnal	N. Safira, Ikhma Zurani	2022	Terpaan Media	Uji Regresi Linear Sederhana
29.	Hubungan motif...[29]	2024	Jurnal				
30.	Pengaruh penggunaan...[30]	2024	Jurnal	CCS			
31.	Pengaruh media...[31]	2024	Jurnal	Kharisma, FO			
32.	Efektivitas konten...[32]	2024	Jurnal	Lubis, FM	2023	Selektif, Kemanfaatan	Uji Regresi Linear Sederhana
33.	Pengaruh konten.	2024	Jurnal	Lubis			
34.	Implementasi teori...[34]	2024	Jurnal				
35.	Hubungan penggunaan...[35]	2024	Jurnal	L Setiyani, M Wahidin...	2023	Kemanfaatan	Uji Korelasi

Tabel III menunjukkan faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dan metode atau pendekatan yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruhnya dalam memenuhi kebutuhan informasi pada media sosial. Data faktor-faktor yang memiliki pengaruh dan metode yang digunakan oleh peneliti terdahulu kemudian diklasifikasikan sesuai dengan jenisnya kedalam satu tabel tertentu sehingga dihasilkan beberapa variasi yang efektif dan mudah dipahami. Dengan menggunakan klasifikasi ini, peneliti akan dengan mudah menentukan metode penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 3. Fokus dan Metode Pendekatan

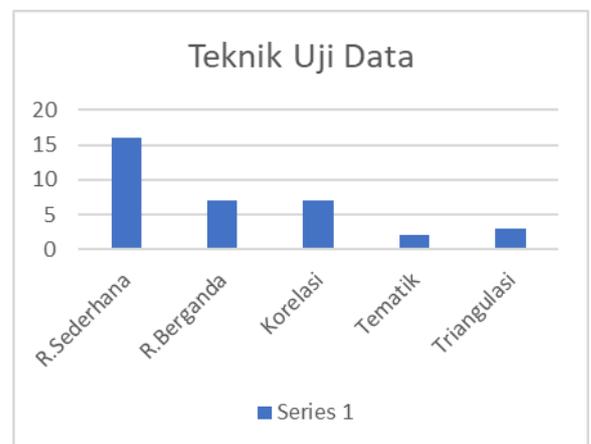
Penulis	Tahun	Faktor yang berpengaruh	Metode				
A Priana, VW Sutjipto, NA Romli	2022	Kredibilitas	Uji Korelasi	Ayu Khoirotul Umaroh, Rahmawati Fajrin, Maharani			
NA Puspita	2022	Kredibilitas	Uji Regresi Linear Berganda	Ayu Kusumawati, Muhammad Arkan Muhadzib, Haryudha, Belinda Meliana Elisabet	2023	Kemanfaatan	metode analisis tematik
Devi Rasiani, Indira Fatra Deni, Fakhrur Rozi	2022	Kredibilitas	Uji Regresi Linear Sederhana	Nisrina Fajari, Diana Khuntari	2023	Jenis Konten	uji regresi linear sederhana
Nur Azhani Sitorus, Achiria Achiria, Syahrul Abidin	2022	Kredibilitas, Kemanfaatan	Uji Korelasi	Salsabila Maharani Putri, Ninis Agustini Damayani, Encang Saepudin	2023	Jenis Konten	uji regresi linear sederhana
Kartini Kartini, Iyen Supit, Adha Rahimi, Angraini Simatupang, Rahot Martua	2022	Kredibilitas	Triangulasi	Tridewi	2023	Kemanfaatan	uji regresi

Setiawati, Maria Krisnawati			linear sederhana)	Tampubolon, U Wahyudin		Terpaan Media	
Endang Tri Santi, Mela Amelia, Rahmi Mulyasih	2023	Jenis Konten	uji regresi linear sederhana	KA Febrian A Mu'arifah, R Renny	2024 2024	Kemanfaatan, Jenis Konten Kemanfaatan	uji regresi linear sederhana Uji Regresi Liner Berganda
Nurprapti Wahyu Widyastuti, Namira Aurum Salsabila	2023	Kredibilitas, Terpaan Media	Triangulasi	H Herawaty, N Samatan, E Banowo K Anshori, S Binastuti	2024 2024	Kredibilitas Kredibilitas, Terpaan Media	uji regresi linear sederhana Uji Regresi Liner Berganda
Lala Apriyana, Ivanina Zuhdi Pane, Halomoan Harahap, Dani Vardiansyah	2023	Terpaan Media	uji regresi linear sederhana	Faqih Ilman, Sigit Pramono Hadi Ristiano, R. Rinawati	2024 2024	Kredibilitas, Kemanfaatan Terpaan Media	Triangulasi Uji Korelasi
Atika Apriani	2023	Kredibilitas	Uji Regresi Liner Berganda				
Virda Gines Hendarsih, Emilianshah Banowo	2023	Kredibilitas, Terpaan Media	Uji Regresi Liner Berganda				
Prasetyo Bonifasius, Atori Firdaus	2023	Terpaan Media	Uji Regresi Liner Sederhana				
Habibaturrahmah Habibaturrahmah, Edwin Rizal, Rully Khairul Anwar	2023	Terpaan Media	Uji Korelasi				
VZ Nabilla, A Setiaman	2024	Kemanfaatan, Terpaan Media	Uji Regresi Liner Berganda				
N Adistri, AA Rusman	2024	Selektif	analisis tematik				
DAA Prabowo, E Hartanto	2024	Kredibilitas	uji regresi linear berganda				
FH Pahlevi, Z Kusumaningrum	2024	Kredibilitas	uji regresi linear sederhana				
G	2024	Kredibilitas,	uji korelasi				



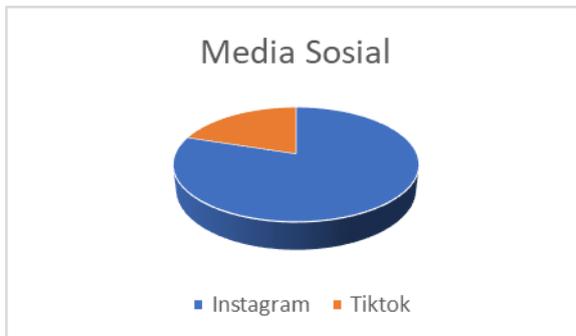
Gambar 2. Diagram Faktor yang berpengaruh

Pada gambar 2 dapat dilihat bahwa faktor dari media sosial yang paling sering dibahas adalah faktor kredibilitas dan diikuti oleh faktor lain seperti terpaan media, kemanfaatan, jenis konten, dan selektif selama periode 2022-2024.



Gambar 3. Diagram Teknik Uji Data

Pada gambar 3 dapat dilihat bahwa pendekatan mengenai teknik uji data yang paling banyak digunakan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor pada media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi adalah uji Regresi Linear Sederhana yang diikuti oleh uji Regresi Linear Berganda, uji Korelasi, uji Triangulasi, dan analisis Tematik.



Gambar 4. Diagram Sosial Media

Pada gambar 4 dapat dilihat bahwa media sosial yang paling banyak dianalisis terkait penilaian kemampuan dalam memenuhi kebutuhan informasi adalah Instagram

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil yang didapatkan dapat dijadikan sebagai bahan untuk penelitian berikutnya yang membahas terkait pengaruh faktor tertentu dari media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi, dan dapat dijadikan alat untuk melakukan identifikasi jenis metode pendekatan yang sesuai.

Berdasarkan studi literatur dari berbagai jurnal yang telah dipilih, dapat disimpulkan bahwa faktor media sosial yang paling sering dibahas adalah kredibilitas dan pendekatan teknik uji yang paling populer adalah uji Regresi Linear Sederhana. Sementara dari media sosial yang paling sering dianalisis yaitu Instagram. Tentu ini menjadi dasar untuk menganalisis kemampuan dari media sosial dalam mencukupi kebutuhan informasi di kalangan masyarakat sehingga diharapkan dapat dilakukan pengoptimalan kemampuan dari media sosial.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada sumber publikasi yang masih sedikit. Sumber publikasi hanya berasal dari empat sumber yang dapat diakses melalui internet sehingga pada penelitian selanjutnya peneliti dapat menambahkan sumber publikasi lainnya untuk meningkatkan literasi yang akurat serta kualitas dari hasil penelitian yang optimal.

Daftar Pustaka

- [1] V. G. Hendarsih and E. Banowo, "Pengaruh Terpaan dan Kredibilitas Instagram @Netflixid Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Trailer Film Bagi Followers," *J. Komun. Nusant.*, vol. 5, no. 1, pp. 102–113, 2023, doi: 10.33366/jkn.v5i1.228.
- [2] Nisrina Fajari and Diana Khuntari, "Pengaruh Konten Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan

- Informasi Followers @Wonosobozone," *J. Ilm. Tek. Inform. dan Komun.*, vol. 3, no. 2, pp. 42–55, 2023, doi: 10.55606/juitik.v3i2.475.
- [3] A. Priana, V. Wijayanti, and N. Arina, "Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram @riliv dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers," *Cover. J. Strateg. Commun.*, vol. 12, no. 2, pp. 85–97, 2022.
- [4] N. A. Puspita, "Efektivitas Media Sosial Akun Instagram @detikcom dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi," *J. PIKMA Publ. Ilmu Komun. Media Dan Cine.*, vol. 4, no. 2, pp. 112–117, 2022, doi: 10.24076/pikma.v4i2.588.
- [5] D. Rasiani, I. Fatra Deni, and F. R. Rozi, "Efektivitas Akun Tiktok Dalam Menyajikan Pemberitaan Media Massa Di Kalangan Remaja Desa Bandar Lama Kabupaten Labuhanbatu Utara," *SIBATIK J. J. Ilm. Bid. Sos. Ekon. Budaya, Teknol. dan Pendidik.*, vol. 1, no. 12, pp. 2791–2800, 2022, doi: 10.54443/sibatik.v1i12.431.
- [6] N. Azhani Sitorus, A. Achiria, and S. Abidin, "Penggunaan Media Official Account Instagram 'Uinsu' Dalam Memenuhi Kebutuhan," *SIBATIK J. J. Ilm. Bid. Sos. Ekon. Budaya, Teknol. dan Pendidik.*, vol. 1, no. 12, pp. 2823–2834, 2022, doi: 10.54443/sibatik.v1i12.437.
- [7] K. Kartini, I. Supit, A. Rahimi, A. Simatupang, and R. M. Rambe, "Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Ilmu Perpustakaan UIN Sumatera Utara," *Sci-Tech J.*, vol. 2, no. 1, pp. 82–89, 2022, doi: 10.56709/stj.v2i1.67.
- [8] S. Safriana and N. Samatan, "Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Dan Kualitas Informasi Akun Instagram @Indozone.id Terhadap Kepuasan Followers Generasi Z Dalam Memperoleh Informasi," *J. Komun. dan Media*, vol. 2, no. 1, pp. 17–25, 2022, doi: 10.24167/jkm.v2i1.3601.
- [9] W. N. Safira and I. Zurani, "Pengaruh Terpaan Media Instagram @PekanbaruKuliner," *J. Ilmu Komun.*, vol. 11, no. 2, 2022.
- [10] C. Clara, S. Kharisma, F. O. Lubis, and F. M. Lubis, "Pengaruh Penggunaan Akun Instagram @pocketnihongo . id terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi followers Seputar Bahasa Jepang," vol. 7, pp. 10361–10366, 2023.
- [11] L. Setiyani, M. Wahidin, and F. P. P. Kriswanto, "Analisis Kepuasan Mahasiswa Stmik Rosma Dalam Pemanfaatan Akun Instagram @Stmikrosmaofficial Menggunakan Teori Uses And Gratifications," *J. Interkom J. Publ. Ilm. Bid. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 17, no. 4, pp. 167–174, 2023, doi: 10.35969/interkom.v17i4.276.
- [12] A. Septiana and R. H. Sudradjat, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Explorebangka Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata di Pulau Bangka," *Manag. Stud. Entrep. J.*, vol. 4, no. 1, pp. 975–982, 2023, [Online]. Available: <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- [13] R. Anggita, F. Rozi, and S. Abidin, "Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Kalangan Remaja Madrasah Tsanawiyah Bina Insani," *J. Ilmu Sos. Hum. dan Seni*, vol. 1, no. 4, pp. 779–782, 2023.
- [14] N. Syifa Syauiyah, S. Nurbayani, and A. Supriadi, "Pengaruh Penggunaan Akun Instagram @magdaleneid terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Berperspektif Gender bagi Followers," *J.*

- Sos. Teknol.*, vol. 3, no. 11, pp. 949–955, 2023, doi: 10.59188/journalsostech.v3i11.983.
- [15] N. A. Rilma and R. Agnesia, “Motif Mahasiswa Pengguna Aplikasi Tiktok (Analisis Teori Uses and Gratification Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang),” *LITERAKOM J. Literasi dan Komun.*, vol. 1, no. 1, pp. 34–41, 2023, doi: 10.24036/lk.v1i1.9.
- [16] Ayu Khoirotul Umaroh, R. Fajrin, M. A. Kusumawati, M. A. Muhadzib, Haryudha, and B. M. Elisabet, “Pemanfaatan Instagram sebagai Sumber Informasi Kesehatan Reproduksi Remaja (Studi Kasus Akun @Tabu.id dengan Use and Gratification Theory),” *Media Publ. Promosi Kesehat. Indones.*, vol. 6, no. 1, pp. 122–129, 2023, doi: 10.56338/mppki.v6i1.2944.
- [17] S. M. Putri, N. A. Damayani, and E. Saepudin, “Hubungan isi konten akun Tiktok @vmuliana dengan kebutuhan informasi pencarian kerja followers,” *Informatio J. Libr. Inf. Sci.*, vol. 3, no. 3, p. 225, 2023, doi: 10.24198/inf.v3i3.44426.
- [18] T. Setiawati and M. Krisnawati, “Pengaruh Pemanfaatan Tiktok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kecantikan Mahasiswa Tata kecantikan Universitas Negeri Semarang,” *Beauty Beauty Heal. Educ.*, vol. 12, no. 1, pp. 11–20, 2023, doi: 10.15294/bbhe.v12i1.63108.
- [19] E. T. Santi, M. Amelia, and R. Mulyasih, “Pengaruh Postingan Akun Instagram @Aboutnng Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kuliner Followers,” *Dialekt. KOMUNIKA J. Kaji. Komun. dan Pembang. Drh.*, vol. 11, no. 1, pp. 66–74, 2023, doi: 10.33592/dk.v11i1.3507.
- [20] N. W. Widyastuti and N. A. Salsabila, “Instagram sebagai Media Informasi bagi Ibu Milenial dalam Pemenuhan Kebutuhan Pola Asuh Anak,” *Al Huwiyah J. Woman Child. Stud.*, vol. 3, no. 1, 2023, doi: 10.24042/jwcs.v3i1.14612.
- [21] L. Apriyana, I. Z. Pane, H. Harahap, and D. Vardiansyah, “Pengaruh Intensitas Penggunaan Tiktok Akun @Clahayes Sebagai Sarana Edukasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Diet Para Followers,” *J. Sci. Commun.*, vol. 5, no. 2, pp. 122–135, 2023, doi: 10.31506/jsc.v5i2.23484.
- [22] A. Apriani, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kualitas Informasi Akun Instagram @Magangupdate Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Magang Followers,” *COMSERVA J. Penelit. dan Pengabd. Masy.*, vol. 3, no. 06, pp. 2403–2417, 2023, doi: 10.59141/comserva.v3i06.1029.
- [23] Prasetyo Bonifasius and Atori Firdaus, “Pengaruh Terpaan Akun Instagram @Sahabat.Kipkuliah Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Kip-Kuliah) Pada Followers,” *J. Sos. Hum. dan Pendidik.*, vol. 2, no. 3, pp. 01–04, 2023, doi: 10.56127/jushpen.v2i3.1008.
- [24] H. Habibaturrahmah, E. Rizal, and R. K. Anwar, “Hubungan antara intensitas penggunaan Instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi promo followers @giladiskonn,” *Informatio J. Libr. Inf. Sci.*, vol. 2, no. 3, p. 203, 2023, doi: 10.24198/inf.v2i3.43609.
- [25] V. Z. Nabilla, A. Setiaman, and Y. D. R. Sunarya, “Penggunaan Media Sosial Instagram @Jabarsaberhoaks Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Publik Dalam Memverifikasi Berita Hoaks,” *MUSYAWARAH J. Pengabd. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 222–240, 2024, [Online]. Available: <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/musyawah/>
- [26] N. Adistri and A. A. Rusman, “Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada TikTok : Studi Uses and Gratification di Era Digital,” vol. 2, pp. 103–116, 2024.
- [27] D. A. A. Prabowo and E. Hartanto, “Pengaruh Kredibilitas Dan Motif Penggunaan Media Sosial Instagram @Seatodaynews Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Followers,” *J. Ilm. Multidisiplin*, vol. 3, no. 01, pp. 30–35, 2024, doi: 10.56127/jukim.v3i01.1095.
- [28] F. H. Pahlevi, Z. Abidin, and R. Kusumaningrum, “Unggahan Konten@ Rubrikgrafis dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Design,” *J. Pendidik. Tambusai*, vol. 8, pp. 18376–18384, 2024, [Online]. Available: <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/15050%0Ahttps://www.jptam.org/index.php/jptam/article/download/15050/11439>
- [29] G. Tampubolon, U. Wahyudin, and ..., “Hubungan Motif Penggunaan dan Tingkat Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Followers Aktif@ beeruindonesia,” *Bull. Community ...*, vol. 4, no. 2, 2024, [Online]. Available: <https://attractivejournal.com/index.php/bce/article/view/1301%0Ahttps://attractivejournal.com/index.php/bce/article/download/1301/998>
- [30] Oktiviani, “Universitas Gunadarma,” *Psikologi*, vol. 1, no. 1, pp. 1–32, 2007.
- [31] J. Jukim, “Contact : Cite This Article ;,” vol. 3, no. 3, pp. 136–145, 2024.
- [32] N. Samatan, E. Banowo, K. Informasi, and M. Sosial, “EFEKTIVITAS KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @ FOLKATIVE Sumber: We are Social Indonesian Digital Report , 2022,” pp. 108–119, 1917.
- [33] K. Anshori, S. Binastuti, F. I. Komunikasi, and U. Gunadarma, “Pengaruh Konten , Terpaan Media dan Kredibilitas Akun Instagram @ tempodotco terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik Followers,” no. 4, 2024.
- [34] F. Ilman and S. P. Hadi, “Implementasi Teori Uses and Gratification pada Instagram Komunitas Parkour Jakarta untuk Memperkuat Kegiatan Promosi,” *Al-DYAS*, vol. 3, no. 1, pp. 196–208, 2024, doi: 10.58578/aldyas.v3i1.2538.
- [35] R. Rinawati, “Hubungan Penggunaan Instagram dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Warga Dayeuhkolot Kabupaten Bandung,” no. 3, pp. 890–896.
- [36] P. Assiroj, *Metodologi Penelitian Dalam Ilmu Komputer*. 2020. [Online]. Available: www.politeknikimigrasi.ac.id