

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa yaitu penyampaian pesan melalui media kepada khalayak luas namun sistematis dan terarah. Tujuan dari penyebaran pesan ini adalah untuk mempengaruhi, menginformasikan, serta mencerminkan budaya yang berkembang di masyarakat. Melalui komunikasi massa, media berperan dalam membentuk opini publik, menyampaikan informasi, serta memberikan hiburan kepada audiens dalam skala yang lebih besar.

Setiap pesan - pesan yang diteruskan ke media secara otomatis akan menjadi pesan yang bersifat publik. Setiap media yang menyampaikan pesan harus melakukannya dengan jelas agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam penerimaan informasi. Komunikasi massa kini telah menjadi garda terdepan dalam penyebaran pesan secara cepat dan luas, memungkinkan informasi menjangkau khalayak dalam waktu singkat. Terdapat tiga jenis media dalam komunikasi massa, yaitu :

1. Media Cetak : majalah, buku, koran.
2. Media Elektronik : radio, televisi.
3. Media Digital : Internet yang mencakup media sosial, portal berita online, dan berbagai platform digital lainnya

Ketiga jenis media ini memiliki peran penting dalam penyebaran informasi dan membentuk opini publik sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat. Di era saat ini, semakin banyak masyarakat menggunakan media digital sebagai sarana alat berkomunikasi, memperoleh informasi, dan hiburan. Hal ini dikarenakan, ketersediaan informasi yang kita butuhkan sangat mudah didapatkan, selain itu juga pada internet informasi yang didapatkan sangat luas, dan mudah dijangkau. Hanya bermodalkan kuota data saja untuk menggunakan internet. Perangkat komunikasi online saat ini memiliki berbagai macam kelebihan dibandingkan dengan alat komunikasi massa lainnya.

2.1 Media Sosial

Hidayatullah (2020), mengutip bahwa media sosial adalah layanan daring yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi, berinteraksi dalam pembuatan, komentar, dan penyebaran konten dalam berbagai format berupa teks, gambar, foto, dan video. Sementara itu, Atmoko (2012:28) (dalam Sutrisno & Mayangsari, 2021) menyatakan bahwa Instagram merupakan media sosial yang berfungsi sebagai platform berbagi informasi melalui gambar, foto, video, dan keterangan (caption).

Media sosial memiliki suatu konsep yang dimana para penggunanya dapat menghubungkan suatu informasi antara satu dengan lainnya yang diberikan secara bersamaan. Chris Heuer (Solis, 2010), menyatakan bahwa setiap penggunaan media sosial terdapat 4 komponen, yaitu

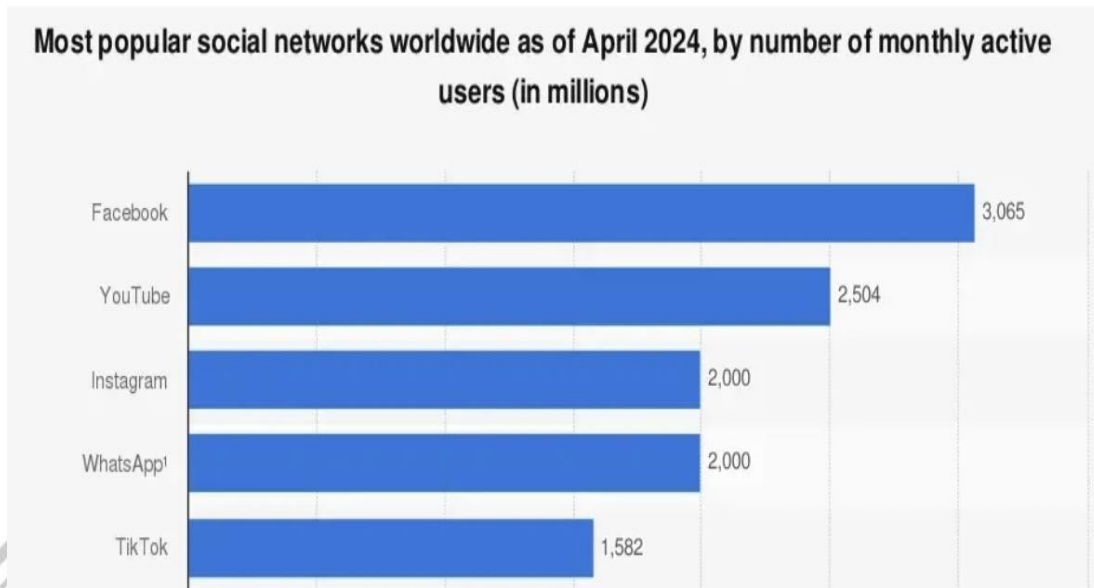
- a. *Context* (Konteks) : Konteks dalam media sosial mengacu pada bagaimana sebuah pesan atau cerita disusun dan disampaikan kepada audiens. Cara penyampaian pesan sangat mempengaruhi bagaimana pesan tersebut dipahami dan diterima oleh khalayak.
- b. *Communication* (Komunikasi) : Komunikasi dalam media sosial tidak hanya sebatas membagikan cerita atau pesan, tetapi juga mencakup proses mendengarkan, merespons, dan berkembang melalui interaksi dengan audiens. Cara mengemas pesan sangat penting agar khalayak merasa nyaman dan informasi dapat tersampaikan dengan efektif kepada sasaran yang tepat.
- c. *Collaboration* (Kolaborasi) : Kolaborasi dalam media sosial mengacu pada kerja sama antara pengguna untuk menciptakan konten yang lebih bermanfaat, menarik, dan berdampak. Melalui kolaborasi, sebuah akun dapat bekerja sama dengan pengguna lain untuk menghasilkan informasi yang lebih luas, akurat, serta meningkatkan jangkauan audiens.
- d. *Connection* (Koneksi) : Koneksi dalam media sosial berkaitan dengan bagaimana hubungan yang telah terbentuk dapat dijaga dan diperkuat. Hubungan ini dapat dipertahankan dengan melakukan interaksi secara berkelanjutan.

Ketersediaan media sosial tentu saja sangat memudahkan jangkauan oleh seluruh kalangan. Media sosial yang beragam tentu memberikan berbagai macam informasi yang tak terbatas, di berbagai macam platform. Sehingga, dengan adanya media sosial, masyarakat secara individu dapat menentukan dan memilih sesuai dengan kebutuhan preferensi masing - masing. Media sosial memberikan kebebasan bagi pengguna untuk mengakses berbagai jenis informasi dari berbagai sumber, memungkinkan mereka untuk lebih selektif dalam menerima dan menyaring konten yang relevan serta bermanfaat bagi kehidupan sehari - hari.

2.2 Instagram

Instagram salah satu media sosial populer dikalangan masyarakat di era digital saat ini. Platform ini banyak dimanfaatkan oleh penggunanya sebagai sarana untuk berbagi informasi dalam berbagai format, seperti gambar, foto, video, dan teks dalam bentuk caption. Dengan fitur-fitur interaktif yang tersedia, Instagram tidak hanya menjadi media hiburan tetapi juga berfungsi sebagai sumber informasi yang cepat dan mudah diakses oleh khalayak luas. Para penggunanya biasanya menggunakan Instagram untuk mendapatkan berbagai macam informasi, serta sebagai wadah untuk mencari referensi dan inspirasi seperti fashion, berita, tempat wisata, kuliner, dll. Menurut [The Social Shepherd](#) rentan usia 18 - 24 tahun, merupakan kelompok pengguna terbesar, mencakup 16,5% dari total pengguna platform ini. Saat ini, Instagram masuk dalam kategori platform media sosial paling populer di dunia, menduduki peringkat ketiga setelah Facebook dan YouTube.

Gambar 2. Media Sosial Populer di Dunia



Sumber : thesocialshepherd-com

Di era saat ini, kemajuan teknologi yang begitu pesat tentu sangat memberikan dampak kemudahan yang begitu signifikan terhadap pengguna media sosial dalam melakukan interaksinya serta membangun hubungan lebih banyak tidak perlu mengeluarkan banyak tenaga untuk bertemu langsung. Kemudahan tersebut tentu juga menjadi salah satu dampak yang dapat dirasakan secara signifikan dalam penggunaan media sosial yang ada pada Instagram. Berbagai macam jenis konten serta ketersediaan berbagai macam fitur yang disediakan oleh aplikasi media sosial Instagram antara lain yaitu :

a. Followers

Dalam fitur ini, pengguna dalam akun pribadinya dapat mengikuti ataupun diikuti oleh pengguna akun Instagram lainnya. Nantinya komunikasi antar pengguna Instagram akan secara otomatis dapat terbangun dengan memberikan reaksi menyukai, serta memberikan komentar pada unggahan - unggahan yang pengguna lain upload.

b. Mengunggah Gambar Foto/Video

Fitur ini memberikan kebebasan kepada penggunanya dalam membagikan foto, ataupun video kepada pengguna akun Instagram lainnya. Foto atau video yang akan dibagikan di Instagram dapat diperoleh dari album foto yang tersimpan di perangkat pengguna atau langsung diambil menggunakan kamera iDevice sesuai dengan keinginan pengguna.

c. Kamera

Merupakan suatu gambar yang diperoleh secara langsung pada fitur yang ada didalam aplikasi Instagram itu sendiri, dan secara langsung dapat didownload dalam perangkat iDevice tersebut, penggunanya juga dapat mengupload foto yang dihasilkan.

d. Efek Foto

Salah satu fitur yang banyak disukai oleh pengguna Instagram yaitu, fitur berbagai macam efek yang tersedia pada Instagram. Fitur ini, menjadi salah satu fitur yang memanjakan penggunanya yang ingin mengunggah foto ataupun video karena gambar akan lebih berkualitas dari hasil yang sebelumnya.

e. Caption

Caption pada foto/video dapat diakses setelah selesai mengedit foto yang ingin diunggah, lalu pada bagian selanjutnya pengguna dapat mencantumkan judul, menunjukkan lokasi serta menandai pengguna lain. Setelah itu, unggahan dapat diposting pada akun pribadi pengguna.

f. Tanda Menyukai dan Kolom Komentar

Instagram memiliki fitur tanda menyukai, fitur ini juga dimiliki oleh media sosial lainnya seperti X, dan Facebook. Fitur ini berfungsi sebagai indikator bahwa orang lain menyukai foto yang diunggah oleh akun tersebut. Dengan adanya fitur "Like" atau "Suka", pengguna dapat memberikan apresiasi terhadap konten yang dibagikan, sekaligus menjadi bentuk interaksi dan keterlibatan antara pengguna satu dengan lainnya di Instagram. Selain itu, terdapat fitur kolom komentar yang

berfungsi sebagai wadah untuk berkomentar pada unggahan foto/video. Pada *Direct Messaging* (DM), pengguna juga dapat mengirimkan pesan berupa teks atau foto kepada pengguna akun lainnya.

g. REELS

Merupakan salah satu fitur terbaru yang dimiliki Instagram, dengan fitur ini pengguna dapat mengupload video dengan durasi jauh lebih panjang.

h. Explore Page

Explore page atau beranda ini, biasanya akan menampilkan berbagai macam konten foto/video sebagai referensi penggunaannya berdasarkan minat serta aktivitas yang dilakukan oleh pengguna dan memungkinkan pengguna akan menemukan berbagai macam konten baru dari unggahan pengguna lainnya.

i. Stories

Fitur ini memberikan kesempatan bagi pengguna untuk membagikan momen - momen singkat yang bermakna dalam bentuk foto atau video, secara otomatis menghilang dalam kurun waktu 24 jam. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk berbagi cerita secara lebih spontan dan real-time tanpa harus menyimpannya secara permanen di profil mereka.

Bukan hanya sebagai platform media sosial saja, kini Instagram telah dimanfaatkan sebagai platform sarana informasi seperti seputar kuliner, rekomendasi tempat - tempat wisata, rekomendasi penginapan, dll oleh individu, komunitas hingga perusahaan. Instagram menjadi salah wadah yang efektif dalam penyebaran informasi. Dengan aksesibilitas fleksibel, pengguna dapat memperoleh dan memberikan informasi kapanpun dan dimanapun, hanya dengan koneksi internet.

2.3 Kebutuhan Informasi

Informasi merupakan hasil olahan data yang memiliki makna, nilai, dan manfaat bagi penerimanya. Data yang telah diproses dapat menjadi dasar pengambilan keputusan. Menurut

Syaffril (Perdana et al., 2012:5) (dalam Sutrisno & Mayangsari (2021), terdapat empat macam pendekatan kebutuhan terhadap informasi pada pengguna media sosial, yaitu:

- a. *Current need approach* (Kebutuhan Informasi Mutakhir) pendekatan yang menekankan pemenuhan terkini terkait informasi dalam pemenuhan kebutuhan. Pendekatan ini tentu mendorong pengguna untuk tetap aktif dalam mencari dan memperoleh informasi yang up-to-date, relevan, serta sesuai dengan perkembangan saat ini.
- b. *Everyday need approach* (Kebutuhan Informasi Rutin) pendekatan ini memenuhi kebutuhan harian akan informasi secara spesifik, dan cepat. Pendekatan menuntut penyediaan informasi akurat dan relevan agar dapat kebutuhan penggunanya terpenuhi.
- c. *Exhaustic need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam) dengan menekankan pendekatan pada pencarian informasi secara mendalam, akurat, detail, dan lengkap. Pendekatan ini digunakan ketika pengguna membutuhkan informasi yang tidak hanya sekadar ringkasan, tetapi juga memiliki data yang komprehensif dan dapat dipertanggungjawabkan.
- d. *Catching up need approach* (Kebutuhan Informasi Sekilas) menekankan pada penyajian secara ringkas, singkat, tetapi tetap bisa dipahami dengan jelas terhadap suatu informasi. Pendekatan ini biasanya digunakan oleh pengguna yang ingin memperoleh gambaran umum atau intisari suatu informasi tanpa harus membaca atau menelusuri secara mendalam.

2.4 Landasan Teori

Dikemukakan Herbert Blumer dan Elihu Katz (1974) (dalam Humaizi 2018). Teori *uses and gratification* menekankan khalayak untuk tidak hanya menggunakan media karena satu alasan tertentu, tetapi terdapat berbagai motivasi yang mendorong mereka dalam mengkonsumsi media. Sama halnya bahwa khalayak memiliki kebebasan untuk memilih dan memanfaatkan media paling sesuai dengan kepentingan dan kebutuhannya. Menurut Blumler & Katz Teori *Uses and Gratifications* memiliki beberapa asumsi utama, yaitu:

1. Khalayak bersifat aktif dalam menentukan, serta menggunakan media yang sesuai dengan tujuan ingin mereka capai.
2. Khalayak memiliki keinginan dan kebutuhan tertentu, sehingga mereka memilih media yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut.
3. Media harus mampu mengoptimalkan kemampuannya secara maksimal agar dapat menjadi sumber informasi yang unggul dibandingkan dengan media lainnya dalam memenuhi dan menyenangkan kebutuhan khalayak.
4. Pengguna media memiliki kesadaran diri penuh terhadap penggunaan media yang mereka pilih, serta memahami manfaat yang diperoleh dari media tersebut.
5. Khalayak memiliki hak penuh dalam menilai media yang mereka pilih, sesuai dengan preferensi dan kebutuhan individu mereka.

Dalam konteks penelitian ini, teori ini relevan untuk memahami bagaimana penggunaan Instagram @malangraya_info berkontribusi dalam memenuhi kebutuhan informasi followers-nya, serta bagaimana pengguna secara sadar memilih platform tersebut dibandingkan dengan sumber informasi lainnya.

2.5 Definisi Konseptual

Singarimbun & Effendi (2008), mengungkapkan bahwa definisi konseptual merupakan upaya memaknai suatu konsep yang digunakan dalam penelitian, sehingga memfasilitasi peneliti dalam menerapkan konsep tersebut secara praktis saat berada dilapangan. Tujuan dari definisi ini adalah memberikan penjelasan rinci mengenai variabel-variabel yang digunakan untuk meminimalisir risiko kesalahan saat menafsirkan variabel yang diteliti. Indikator dalam penelitian ini berfungsi sebagai acuan dalam mendefinisikan konsep-konsep yang diteliti. Indikator-indikator tersebut berperan dalam mengukur dan menjelaskan variabel penelitian secara lebih spesifik, sehingga memudahkan dalam menganalisis data serta menarik kesimpulan yang akurat.

2.5.1 Pengaruh Media Sosial Instagram @malangraya_info

Pengaruh didefinisikan sebagai daya yang dimiliki oleh sesuatu (seperti orang, benda, atau hal lainnya) hingga membentuk suatu kepercayaan, watak, atau perbuatan seseorang. Dalam penelitian ini, yang dikaji adalah pengaruh penggunaan media sosial Instagram @malangraya_info terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Teori intensitas yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) terdapat 4 aspek intensitas sebagai berikut :

- a. Perhatian, dalam konteks ini mengacu pada ketertarikan seseorang terhadap aktivitas yang sesuai minatnya dan jauh lebih intensif dari pada aktivitas lainnya yang tidak menimbulkan efek minat.
- b. Penghayatan, dalam konteks ini merujuk pada pemahaman dan penyerapan terhadap sebuah informasi adanya upaya seseorang untuk dapat memahami, menikmati, menghayati, serta menyimpan sajian informasi maupun pengalaman yang didapat sebagai pengetahuan.
- c. Durasi, dalam konteks ini merujuk pada kebutuhan individu dalam selang waktu tertentu untuk melakukan perilaku yang menjadi target. Durasi merupakan lama selang waktu atau lamanya sesuatu yang dilakukan secara langsung.
- d. Frekuensi, dalam konteks ini merujuk pada seberapa banyak orang melakukan pengulangan perilaku sengaja maupun tidak disengaja.

2.5.2 Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers

Pemenuhan Kebutuhan merupakan kodrat yang dimiliki manusia sebagai makhluk hidup, dengan begitu pastinya memiliki berbagai kebutuhan sebagai penunjang dalam hidup untuk capaian suatu kemakmuran hidup. Salah satu kebutuhan yang esensial adalah pemenuhan kebutuhan informasi, yang berperan penting dalam memperluas wawasan dan meningkatkan pengetahuan individu mengenai berbagai hal. Guha (1978) mengutip bahwa terdapat 4 hal dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi :

- a. *Current Need Approach* (Kebutuhan Informasi Mutakhir) mengacu pada kebutuhan followers terhadap informasi yang bersifat ter-update. Kebutuhan ini mendorong followers untuk selalu mendapatkan informasi terkini yang relevan.
- b. *Everyday Need Approach* (kebutuhan Informasi Rutin) mengacu pada kebutuhan followers terhadap informasi secara real time, jelas, dan rutin. Followers mengandalkan akun sebagai sumber informasi yang dapat diakses secara berkala untuk memenuhi kebutuhan mereka akan berita atau pembaruan yang relevan dalam kehidupan sehari-hari.
- c. *Exhaustive Need Approach* (Kebutuhan Informasi Mendalam) mengacu pada kebutuhan followers akan informasi bersifat spesifik, lengkap, serta relevan. Informasi yang disajikan harus mendetail dan menyeluruh, sehingga followers merasa terpenuhi kebutuhannya dan cenderung bergantung pada akun @malangraya_info sebagai sumber utama untuk memperoleh wawasan yang lebih dalam mengenai suatu topik.
- d. *Catching-Up Need Approach* (Kebutuhan Informasi Sekilas) mengacu pada followers dalam memenuhi kebutuhan dalam bentuk informasi yang bersifat singkat, padat, dan jelas. Sehingga memungkinkan followers untuk memperoleh wawasan secara cepat tanpa harus menghabiskan banyak waktu dalam mengakses atau membaca informasi tersebut.

2.6 Definisi Operasional

Menurut (Nurdin et al., 2019) definisi operasional adalah mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati yang memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena. Fungsi dari definisi tersebut sebagai representasi untuk hal yang diamati oleh peneliti berdasarkan karakteristik tertentu. Dengan demikian, hasil penelitian ini bisa menjadi referensi peneliti lain. Definisi operasional, memastikan bahwa konsep yang diteliti bisa diuji secara valid dan terukur.

Tabel 2. Variabel Penelitian, Indikator Penelitian, dan Skala Pengukuran

Variabel	Indikator	Item pertanyaan	Skala Pengukuran
Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @malangraya_info (X ₁)	<p>1. Perhatian, mengacu pada tingkat interes followers terhadap aktivitas yang sesuai dengan minat mereka. Interes yang besar disebabkan oleh <i>followers</i> menikmati aktivitasnya saat mengakses akun Instagram <i>followers</i> juga dapat berinteraksi antar pengguna lainnya.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akun @malangraya_info menjadi salah satu akun Instagram kebutuhan saya dalam mendapatkan informasi - informasi terkait Malang Raya. 2. Saya selalu melihat informasi dari akun Instagram @malangraya_info baik sekilas, maupun lama, ketika mengakses Instagram. 3. Dalam mengakses akun @malangraya_info, saya sering sekali menanggapi postingan dengan memberikan komentar, <i>like</i>, ataupun membagikan postingan tersebut. 4. Saya merasa senang dalam berinteraksi dengan pengikut akun @malangraya_info lainnya melalui komentar suatu postingan. 	Skala likert
	<p>2. Penghayatan, dalam konteks ini merujuk pada sejauh mana <i>followers</i> menyerap, mendalami, dan menikmati informasi yang disajikan oleh akun Instagram @malangraya_info. Hal ini mencerminkan tingkat keterlibatan dan pemahaman <i>followers</i> terhadap konten yang dikonsumsi.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akun Instagram @malangraya_info menjadi pilihan saya untuk mendapatkan, memperoleh, dan membagikan informasi tentang Malang Raya. 2. Akun Instagram @malangraya_info menambah wawasan saya terhadap informasi tentang Malang Raya 3. Saat mengakses akun Instagram @malangraya_info, saya merasa puas dan senang karena penyampaian konten informasi sangat mudah dimengerti, sehingga dalam membaca informasi tersebut saya merasa tuntas. 	Skala likert

		4. Saya merasa senang dalam mengakses akun Instagram @malangraya_info karena desain <i>feed</i> , <i>story</i> , maupun Reels akun Instagram @malangraya_info sangat menarik.	
	<p>3. Durasi, dalam konteks ini merujuk pada lamanya waktu yang dihabiskan oleh followers saat mengakses akun Instagram @malangraya_info untuk memperoleh informasi. Durasi akses dapat menjadi indikator penting dalam menilai seberapa menarik dan relevan suatu akun bagi penggunaannya.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dalam sehari saya menghabiskan waktu lebih dari 1 menit untuk melihat satu postingan akun Instagram @malangraya_info 2. Saya menghabiskan waktu lebih dari 1 menit untuk menonton satu video dari akun Instagram @malangraya_info 3. Saya menghabiskan 1 menit untuk membaca tulisan yang disebarkan oleh akun Instagram @malangraya_info 4. Saya menghabiskan waktu lebih dari 1 menit untuk melihat <i>stories</i> dari akun Instagram @malangraya_info 	Skala likert
	<p>4. Frekuensi, dalam konteks ini merujuk pada seberapa sering followers mengakses akun Instagram @malangraya_info dalam jangka waktu tertentu. Frekuensi akses ini menunjukkan sejauh mana akun tersebut menjadi sumber informasi yang rutin dikunjungi oleh penggunaannya.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dalam waktu seminggu saya melihat postingan dari akun Instagram @malangraya_info lebih dari 2x 2. Dalam waktu seminggu saya menyimak konten Stories dari akun Instagram @malangraya_info lebih dari 2x 3. Dalam waktu seminggu saya berinteraksi (like, komentar, berbagi) dengan konten yang di unggah oleh akun Instagram @malangraya_info lebih dari 2x 	Skala likert
Pemenuhan Kebutuhan Informasi	<p>1. Current Need Approach, mengacu pada kebutuhan followers terhadap informasi yang bersifat terbaru atau</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mendapatkan informasi - informasi atau berita ter-update tentang Malang Raya dari akun @malangraya_info. 2. Saya mendapatkan informasi terkini dari akun 	Skala likert

<p>Followers (Y₁)</p>	<p>ter-update. Kebutuhan ini mendorong followers untuk selalu mendapatkan informasi terkini yang relevan.</p>	<p>@malangraya_info sesuai dengan kebutuhan saya yaitu informasi baik itu peristiwa terkini, kebijakan pemerintah, hiburan, tempat wisata, kuliner, dan lain - lain yang merupakan informasi tentang Malang Raya.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Saya senang berinteraksi dengan admin dari akun Instagram @malangraya_info baik melalui kolom komentar, maupun <i>direct message</i>. 4. Saya selalu mendapatkan atau memperoleh berbagai macam informasi darurat maupun mendesak terbaru di <i>story</i> akun @malangraya_info. 5. Akun @malangraya_info selalu mengemas informasi dengan mengikuti <i>trend</i>. 	
	<p>2. <i>Everyday Need Approach</i> (kebutuhan Informasi Rutin), mengacu pada kebutuhan followers terhadap informasi disajikan secara cepat, jelas, dan rutin. Followers mengandalkan akun sebagai sumber informasi yang dapat diakses secara berkala untuk memenuhi kebutuhan mereka akan berita atau pembaruan yang relevan dalam kehidupan sehari-hari.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Setiap hari saya mendapatkan informasi dari akun @malangraya_info dengan cepat. 2. Setiap hari saya mendapatkan informasi secara detail tentang Malang Raya dari akun @malangraya_info. 3. Saya sering lebih dahulu mendapatkan informasi tentang Malang Raya dari akun @malangraya_info dari pada akun Instagram lainnya. 4. Setiap hari saya selalu mengakses atau melihat - lihat akun @malangraya_info baik secara sekilas maupun lama. 	<p>Skala likert</p>
	<p>3. <i>Exhaustive Need Approach</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mendapatkan informasi yang detail tentang Malang 	<p>Skala likert</p>

	<p>(Kebutuhan Informasi Mendalam), mengacu pada kebutuhan <i>followers</i> terhadap informasi bersifat spesifik, lengkap, serta relevan. Informasi yang disajikan harus mendetail dan menyeluruh, sehingga <i>followers</i> merasa terpenuhi kebutuhannya dan cenderung bergantung pada akun @malangraya_info sebagai sumber utama untuk memperoleh wawasan yang lebih dalam mengenai suatu topik.</p>	<p>Raya dari akun @malangraya_info.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Bahasa yang digunakan oleh akun @malangraya_info sangat mudah dipahami sehingga informasinya dapat diterima dengan jelas. 3. Informasi - informasi yang diberikan oleh akun @malangraya_info merupakan informasi yang akurat, benar, dan dapat dipercaya. 4. Saya mendapatkan informasi, topik, isu, serta peristiwa terkini yang dikupas tuntas pada penjelasan <i>caption</i> dalam postingan akun @malangraya_info. 5. Saya selalu mengharapkan informasi terkini dari akun @malangraya_info tentang Malang Raya. 	
	<p>4. <i>Catching-up Need Approach</i> (Kebutuhan Informasi Sekilas), kebutuhan <i>followers</i> terhadap informasi bersifat singkat, padat, dan jelas. Sehingga memungkinkan <i>followers</i> untuk memperoleh wawasan secara cepat tanpa harus menghabiskan banyak waktu dalam mengakses atau membaca informasi tersebut.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mendapatkan informasi yang padat, jelas, dan singkat, dari akun @malangraya_info. 2. Saya mendapatkan informasi - informasi berupa pengaduan, pencarian, tempat wisata, kuliner, promosi kegiatan, dan lain - lain pada <i>story</i> akun @malangraya_info. 3. Saya tetap mengerti dan paham dengan informasi singkat yang diunggah oleh akun @malangraya_info baik pada <i>story</i>, <i>feed</i> (gambar <i>caption</i>), dan Reels. 4. Akun @malangraya_info selalu memberikan informasi atau pesan pada postingan yang bersifat informatif walaupun singkat. 	<p>Skala likert</p>

2.7 Penelitian Terdahulu

Beberapa studi sebelumnya telah dilakukan untuk mengkaji peran Instagram dalam pemenuhan kebutuhan informasi penggunanya. Peneliti memilih dua penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan topik terkait, khususnya dalam meneliti bagaimana Instagram digunakan sebagai media informasi bagi penggunanya.

Pertama, Pengaruh Media Sosial Instagram @instainhil Terhadap Kebutuhan Informasi Masyarakat di Kecamatan Tembilan, oleh Rahmat Raditya Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh media sosial Instagram @instainhil terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat di Kecamatan Tembilahan. Kesamaan terletak pada penggunaan teori *Uses and Gratification* sebagai kerangka konseptual dalam menganalisis bagaimana Instagram digunakan untuk pemenuhan kebutuhan informasi penggunanya. Namun, terdapat beberapa perbedaan antara penelitian ini dibandingkan penelitian sebelumnya. Perbedaan pertama yaitu objek kajian, penelitian sebelumnya menganalisis akun Instagram @intainhil, sedangkan penelitian ini berfokus pada akun @malangraya_info. Perbedaan lainnya terletak pada subjek penelitian, penelitian terdahulu menggunakan masyarakat di Kecamatan Tembilahan sebagai responden, sementara penelitian ini menggunakan followers akun @malangraya_info sebagai subjek utama penelitian.

Penelitian kedua penelitian yang dilakukan oleh Devara Helya Tahani dari Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, yang berjudul "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @menjadimania.id Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers". Tujuannya untuk mengidentifikasi pengaruh akun Instagram @menjadimania.id dalam pemenuhan informasi kesehatan mental para pengikutnya. Kesamaannya, mengkaji pengaruh penggunaan Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Perbedaannya terletak pada jenis informasi yang dikaji. Penelitian ini berfokus pada informasi terkait kesehatan mental, sedangkan penelitian peneliti saat ini lebih kepada pemenuhan kebutuhan informasi seputar Malang Raya melalui akun Instagram @malangraya_info. Selain itu, perbedaan lainnya adalah pada objek penelitian, penelitian ini

meneliti akun @menjadimanusia.id, sementara peneliti saat ini berfokus pada akun @malangraya_info.

Tabel 3 Penelitian Terdahulu

No	Penulis Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
1.	Rahmat Raditya, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau	Pengaruh Media Sosial Instagram @instainhil Terhadap Kebutuhan Informasi Masyarakat di Kecamatan Tembilan	Pendekatan kuantitatif, dengan metode statistik deskriptif serta analisis regresi linier sederhana.	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh media sosial Instagram @instainhil terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat di Kecamatan Tembilan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial Instagram @instainhil memiliki pengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat di Kecamatan Tembilan. Berdasarkan pengujian R square, ditemukan bahwa media sosial Instagram @instainhil dapat mempengaruhi kebutuhan informasi masyarakat sebesar 62,8%, sementara sisanya, yaitu 37,2%, dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini.	Perbedaannya terletak pada akun yang digunakan, di mana penelitian ini mengkaji @instainhil, sementara penelitian sebelumnya menggunakan @malangraya_info. Selain itu, subjek penelitian ini adalah masyarakat di Kecamatan Tembilan, sementara penelitian sebelumnya melibatkan followers.	Kesamaan penelitian ini terletak pada penggunaan teori <i>Uses and Gratification</i> sebagai kerangka konseptual dalam menganalisis bagaimana media sosial Instagram digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi penggunanya.

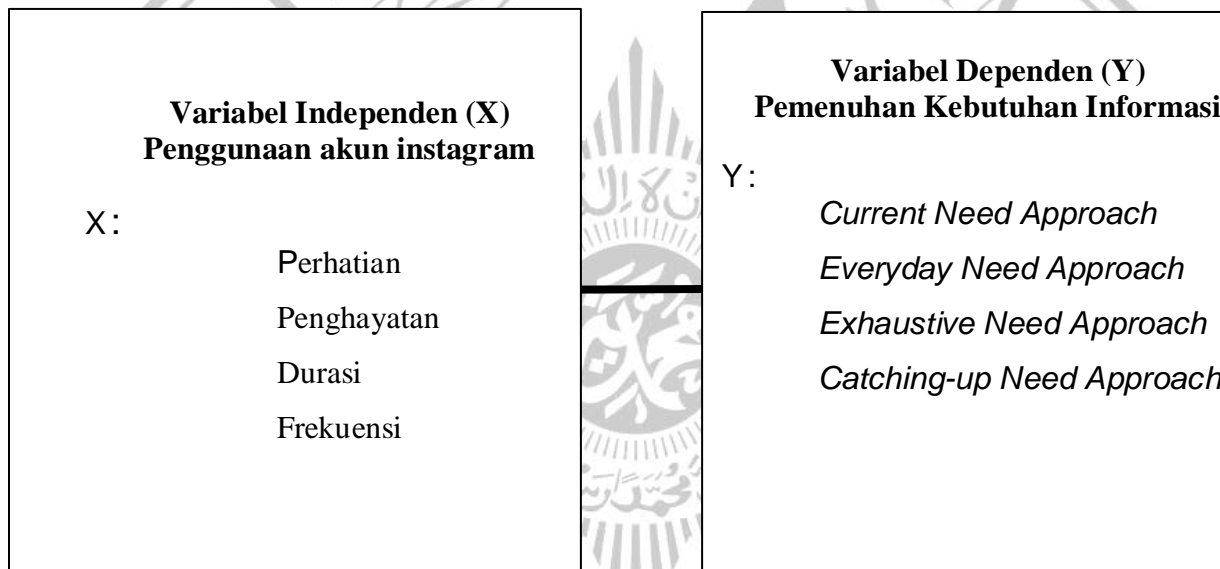
2.	Devara Helya Tahani	Pengaruh Pengguna an Media Sosial Instagram @menjadi manusia.i d Terhadap Pemenuha n Kebutuha n Informasi Kesehatan Mental Followers ,	Pendekatan Kualitatif eksplanatif	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial Instagram @menjadi manusia.id dalam memenuhi kebutuhan informasi kesehatan mental bagi followers.	Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai signifikansi $0.000 < 0.005$, sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. Uji korelasi menghasilkan nilai (r) sebesar 0.849, yang menunjukkan hubungan kuat antara penggunaan media dan pemenuhan kebutuhan informasi. Sementara itu, uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram @menjadimanusi a.id mempengaruhi 72% pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan mental followers. Kesimpulannya, terdapat pengaruh signifikan dan positif antara penggunaan media sosial Instagram @menjadimanusi a.id terhadap pemenuhan kebutuhan	Perbedaanya terletak pada informasi yang ingin dikaji oleh penelitian ini yaitu terkait kesehatan mental dari followers akun @menjadima nusia.id, sedangkan peneliti ini terkait pemenuhan informasi pada followers akun @malangraya _info sebagai subjek.	Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu, sama - sama mengkaji akun media sosial Instagram.
----	---------------------	--	-----------------------------------	--	--	--	---

					informasi kesehatan mental followers.		
--	--	--	--	--	---------------------------------------	--	--

2.8 Kerangka Berpikir

Syahputri et al. (2023), mengungkapkan bahwa kerangka berpikir, atau bisa disebut juga dengan kerangka pemikiran yaitu fondasi suatu penelitian yang disusun berdasarkan fakta, observasi, dan literatur relevan. Kerangka berpikir berfungsi sebagai arah dalam menguraikan masalah, membuat keputusan, dan merancang strategi penelitian.

Tabel 4 Kerangka Berpikir



2.9 Hipotesis

Hipotesis statistik terdiri dari dua jenis. Pertama, Hipotesis Nol (H_0), diterapkan ketika tidak terdapat hubungan antara variabel. Kedua, Hipotesis Alternatif (H_1), diterapkan ketika terdapat hubungan antara variabel yang diteliti. Variabel X adalah Pengaruh Penggunaan Akun Instagram @malangraya_info, sedangkan variabel Y adalah Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. Kesimpulannya yaitu terdapat pengaruh

antara penggunaan akun Instagram @malangraya_info terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers.

H_0 = Tidak ada pengaruh penggunaan akun Instagram @malangraya_info terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers.

H_1 = Terdapat pengaruh penggunaan akun Instagram @malangraya_info terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers.

