

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @RUNHOODMAG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI ATLETIK KOTA SERANG”

Dina Regista Septiyani
Universitas Serang Raya
dinaregista2609@gmail.com

Abstrak. Instagram menempatkan pada posisi kedua setelah Whatsapp sebagai aplikasi yang paling banyak digunakan yakni mencapai 86,5%. Kehadiran Instagram sangat membantu memudahkan dalam memperoleh informasi terutama bagi masyarakat di Kota Serang, sama saja halnya seperti para Atletik Kota Serang yang banyak mengakses informasi melalui Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial Instagram @runhoodmag terhadap pemenuhan kebutuhan informasi atletik kota serang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah positivistik. Populasi dalam penelitian ini adalah atletik Kota Serang sebanyak 30 orang. Dan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin, dari hasil perhitungan dalam rumus maka terdapat hasil sampel 24 responden. Pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti menggunakan kuesioner, dengan Teknik analisis data SPSS versi 20.

Hasil penelitian berdasarkan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear sederhana, uji normalitas, uji hipotesis t, hasil koefisien determinasi. Menunjukkan hasil bahwa variabel penggunaan media sosial (X) berpengaruh signifikan positif terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y).

Kata Kunci: Instagram, Penggunaan Media Sosial, Pemenuhan Kebutuhan Informasi.

Abstract. Instagram places it in second position after Whatsapp as the most used application, reaching 86.5%. The presence of Instagram is very helpful in making it easier to obtain information, especially for people in Serang City, it's the same thing as Serang City Athletics who access a lot of information through Instagram. This study aims to determine the effect of using social media Instagram @runhoodmag to fulfill the athletic information needs of the city of Serang. The method used in this study is a quantitative research method with the paradigm used in this study is positivistic. The population in this study is the athletics of Serang City as many as 30 people. And the sample in this study uses the slovin formula, from the calculation results in the formula, there are 24 respondents. The data collection used by researchers used a questionnaire, with the SPSS data analysis technique version 20.

The results of the research are based on the validity test, reliability test, simple linear regression analysis, normality test, hypothesis t test, the results of the coefficient of determination. The results show that the social media use variable (X) has a significant positive effect on the information needs fulfillment variable (Y).

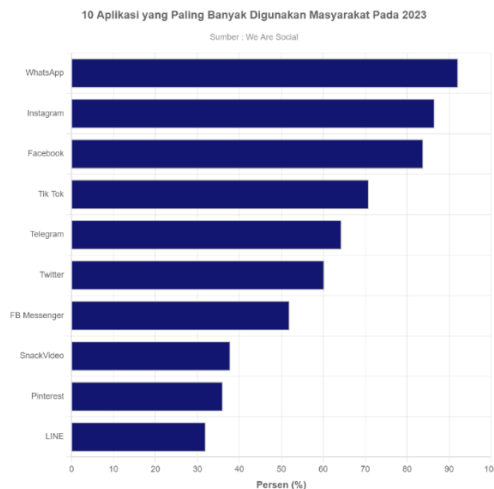
Keywords: Instagram, Use of Social Media, Fulfillment of Information Needs.

PENDAHULUAN

Perkembangan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi pada masa kini telah mengubah cara interaksi individu satu dengan individu lainnya. Dengan mengikuti perkembangan zaman kearah yang lebih maju menjadi hal penting untuk memudahkan manusia dalam bersosialisasi terhadap siapapun. Jika pada zaman dulu masyarakat berinteraksi harus dengan tatap muka secara langsung namun kini dengan semakin canggihnya teknologi maka interaksi sosial dapat dilaksanakan secara online dengan menggunakan gadget seperti smartphone, laptop dan lain sebagainya yang dapat mempermudah untuk memperoleh informasi yang tidak terbatas jarak, ruang, dan waktu. Saat ini, kebutuhan pokok masyarakat salah satunya adalah internet, dikarenakan Internet dapat memudahkan setiap masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Pembangunan sarana dan prasarana saat ini mendukung semakin cepat dan meratanya teknologi. Terbukti dengan munculnya era baru yang disebut dengan era web 2.0 di era smartphone, dengan demikian penduduk dunia saling terhubung erat di dunia maya (Suprawoto, 2018). Mayoritas masyarakat mengakses internet salah satunya untuk mengelola media sosial. Media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (to be shared one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu (Meike dan Young, 2012) dalam buku (Nasrullah, 2018)

Media sosial yang banyak digunakan di Indonesia terlebih lagi di Dunia salah satunya ialah Instagram, media sosial Instagram saat ini menjadi media sosial favorit di kalangan masyarakat terutama untuk mahasiswa karena hampir setiap hari mereka menghabiskan waktunya untuk membuka

Instagram. Hal tersebut dibuktikan melalui data dari Goodstats Tahun 2023.



Gmabar 1. (Goodstats.id, diakses pada hari Jumat, 09 Juni 2023 pukul 22.30 WIB)(GoodStats.id, 2023)

Berdasarkan data diatas, menunjukkan bahwa Instagram menempatkan pada posisi kedua setelah Whatsapp sebagai aplikasi yang paling banyak digunakan yakni mencapai 86,5%. Instagram merupakan salah satu media sosial berbentuk aplikasi sebagai sarana penyebaran informasi berupa gambar atau video. Kehadiran Instagram sangat membantu memudahkan dalam memperoleh informasi terutama bagi masyarakat di Kota Serang, sama saja halnya seperti para Atletik Kota Serang yang banyak mengakses informasi melalui Instagram. Banyak sekali akun Instagram yang menyajikan informasi mengenai atletik, seperti akun Instagram milik @larikuinfo dengan jumlah 64,7 ribu followers, akun Instagram milik @ayolariin dengan jumlah 17,6 ribu followers. Namun terdapat salah satu akun Instagram yang cukup aktif dan memiliki followers yang banyak dengan jumlah 105 ribu followers pada bulan Juni 2023 ini. Akun tersebut adalah akun @runhoodmag yang dikelola oleh Komunitas Atletik Senior berisi terkait informasi mengenai seputar atletik. Akun Instagram @runhoodmag ini merupakan

akun resmi yang berisikan informasi seputar jadwal event perlombaan lari, tips dan trik seputar olahraga, istilah-istilah mengenai atletik dan lain sebagainya. Atletik merupakan perlombaan cabang olahraga yang mencakup nomor lari, lompat, jalan, dan nomor lempar.

Mengenai permasalahan yang diteliti, peneliti menemukan adanya penelitian terdahulu yang mendukung berjalannya penelitian ini. Pada hasil penelitian terdahulu yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers” yang dilakukan oleh Djafar dan Putri (2020), menyatakan hasil bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kebutuhan Informasi. (Mustika et al., n.d.) Selanjutnya pada penelitian yang dilakukan oleh Sutrisno dan Mayangsari (2021) dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers” memberikan hasil bahwa variabel penggunaan media sosial berpengaruh signifikan positif terhadap variabel kebutuhan informasi. (Sutrisno & Mayangsari, n.d.)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh penggunaan media sosial Instagram @runhoodmag terhadap pemenuhan kebutuhan informasi atletik kota serang dan seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial Instagram @runhoodmag terhadap pemenuhan kebutuhan informasi atletik Kota Serang. Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat Teoritis diantaranya hasil dari penelitian ini sebagai media pembelajaran, menambah pengetahuan dan mengembangkan informasi. Penelitian ini menjadi tolak ukur pengaruh akun media sosial

Instagram. Sedangkan Manfaat Praktis yaitu Bagi peneliti, dapat memberikan pengalaman dan pengetahuan dan juga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh nilai matakuliah Teknik penulisan karya ilmiah dan publikasi. Dan bagi akun Instagram @runhoodmag menjadi bahan masukan terhadap pihak pengelola akun untuk mengembangkan akun @runhoodmag. Bagi peneliti lain sebagai sumber informasi dan dapat dijadikan sebagai referensi untuk pembuatan dalam penelitian yang sama. Berdasarkan pendahuluan diatas, peneliti melihat adanya urgensi untuk melakukan penelitian. Peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh postingan media sosial Instagram @runhoodmag terhadap pemenuhan kebutuhan informasi atletik Kota Serang sebagai akun yang efektif untuk mendapatkan informasi. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti mengambil judul “Pengaruh Media Sosial Instagram @Runhoodmag Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Atletik Kota Serang”

KAJIAN TEORI

Komunikasi. Menurut Bernard Berelson and Gary A. Steiner Komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi (Mulyana, 2017:68). Menurut Harold Lasswell Komunikasi adalah “(cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?” atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa

Dengan Pengaruh Bagaimana?” (Mulyana, 2017:69).

Media Baru (New Media). Menurut Creeber dan Martin (2009) New Media atau media baru dapat diartikan sebagai alat dari komunikasi berupa teknologi yang tampak bersama dengan alat komputer digital. Media baru menggambarkan suatu sarana yang dimanfaatkan oleh manusia dalam mengantarkan sebuah pesan kepada khalayak luas dengan memanfaatkan alat kemajuan informasi atau biasanya disebut juga sebagai jaringan teknologi komunikasi dan informasi. Sebenarnya, internet kian dikenal sebagai media baru, dan internet menggambarkan salah satu dari media baru (Vera, 2016:88).

Adapun menurut John Vivian (2008: 262-264), keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola penyebaran pesan media tradisional ; sifat internet yang bisa berinteraksi mengamburkan batas geografis, kapasitas interaksi dan yang terpenting dilakukan secara real time.

Media Sosial. Menurut Van Dijk (2013), Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka yang beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Menurut Chris Heuer dalam penggunaan media sosial terdapat komponen 4C diantaranya (Solis, 2011:263) :

- a. Context: How we frame our stories. Bagaimana cara menciptakan sebuah cerita berupa pesan seperti bentuk dari isi pesan itu sendiri.
- b. Communication: The practice of sharing our story as well as listening, responding, and growing. Bagaimana cara membagikan sebuah cerita

berupa pesan yang mencakup dalam hal mendengarkan, merespon, dengan berbagai cara seperti mengemas sebuah pesan sehingga khalayak merasa nyaman dan pesan dapat tersampaikan tepat pada sasarannya.

- c. Colaboration: Working together to make things better and more efficient and effective. Kerjasama sebuah akun dengan pengguna media untuk membuat konten, baik yang lebih berguna.
- d. Connection: The relationship we forge and mountain. Penjagaan hubungan yang sudah terbentuk. Dengan cara melakukan sesuatu yang bersifat berkelanjutan sehingga pengguna merasa lebih dekat dengan sebuah akun.

Penggunaan Media Sosial. Menurut Jay G. Blumler (1979), dalam buku Morissan (2010:80-81) mengemukakan sejumlah gagasan mengenai jenis-jenis kegiatan yang dilakukan audien (audien activity) Ketika menggunakan media, yang mencakup: kegunaan (utility), kehendak (intentionality), seleksi (selectivity), terpengaruh (influenced)

1. Kegunaan, media memiliki kegunaan dan orang dapat memanfaatkan kegunaan media.
2. Kehendak, hal ini terjadi ketika motivasi menentukan konsumsi media.
3. Seleksi, penggunaan media oleh audien mencerminkan ketertarikan atau preferensinya.
4. Terpengaruh, audien menciptakan makna terhadap isi media yang akan dipengaruhi apa yang mereka pikirkan dan kerjakan, namun mereka juga secara aktif sering menghindar terhadap jenis pengaruh media tertentu.

Instagram. Instagram merupakan media sosial yang digunakan oleh para penggunanya sebagai media sosial dengan fungsi membagikan informasi berupa gambar, foto, video dan caption (Atmoko,

2012:28). Cara kerja dari media sosial Instagram yang dapat membagikan informasi secara cepat.

Kebutuhan informasi. Kebutuhan informasi ini menurut para pendirinya, Elihu Katz, Jay G. Blunner, dan Michael Gurevitch, dalam Effendy (2003:294) adalah meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pola terpaan media yang belainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, barangkali juga yang kita tidak inginkan model ini memulai dengan lingkungan sosial yang menentukan kebutuhan kita. Menurut Syaffril (Perdana et al., 2012:5) terdapat empat pendekatan untuk mengetahui kebutuhan informasi, yaitu:

- a. Current Need Approach (Pendekatan Kebutuhan Informasi Terbaru), merupakan pendekatan kepada kebutuhan audience sebagai pengguna jaringan informasi yang bersifat kebaruan. Artinya, audience mempunyai peran untuk berinteraksi dengan sistem informasi menggunakan cara yang sangat luas untuk menambah pengetahuan. Diperlukan adanya interaksi yang bersifat teratur antara audience sebagai pengguna dan sistem informasi dalam pendekatan ini.
- b. Everyday Need Approach (Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin), merupakan pendekatan kepada audience sebagai pengguna terhadap kepentingan yang memiliki sifat lebih khusus dan sigap. Artinya, informasi yang dibutuhkan audience sebagai pengguna merupakan informasi yang sering dilalui.
- c. Exhaustic Need Approach (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam), merupakan pendekatan kepada audience

sebagai pengguna terhadap kebutuhan informasi yang mendetail. Khalayak memiliki sifat terikat pada informasi yang dibutuhkan. Informasi tersebut bersifat penting, spesifik, dan lengkap.

- d. Catching-Up Need Approach (Pendekatan Kebutuhan Informasi Ringkas), merupakan pendekatan kepada audience sebagai pengguna terhadap penyajian informasi yang singkat dan lengkap khususnya tentang pencarian perkembangan terakhir yang dibutuhkan.

Atletik. Atletik merupakan perlombaan cabang olahraga yang mencakup nomor lari, lompat, jalan, dan nomor lempar. atletik merupakan olahraga umum yang tidak membutuhkan banyak perlengkapan dan peralatan, atletik juga tidak membutuhkan banyak biaya jika ditekuni dan berlatih dengan giat. Dalam atletik juga memiliki banyak manfaat terutama untuk Kesehatan, kebugaran, daya tahan, kekuatan dan kemampuan biomotorik lainnya. Dalam perlombaan atletik pun, kita bisa menghasilkan uang dari perlombaan-perlombaan.

Landasan Teoritis

Teori Uses and Gratification. Salah satu teori yang paling populer tentang komunikasi massa adalah pendekatan penggunaan dan kepuasan (uses and gratification). Pendekatan ini tidak berfokus pada pesannya, melainkan berfokus pada audiens. Pendekatan ini menganggap audiens sebagai pengguna media yang berbeda, audiens dianggap sebagai pengguna media yang aktif karena audiens sangat bertanggungjawab dalam memilih media untuk memnuhi kebutuhan mereka sendiri (LittleJohn. W. Stephen & Foss. A. Karen, 2014).

Menurut Jay G. Blumler, Elihu Katz dan Michael Gurevitch dalam Morissan

(2013:509) meyakini bahwa ada lima asumsi dasar Teori uses and gratification sebagai berikut :

1. Khalayak bersifat aktif dan penggunaan media mempunyai tujuan
2. Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan terhadap kebutuhan pada suatu media, terdapat pada anggota khalayak.
3. Media massa harus besaing dengan media lainnya untuk memenuhi kebutuhan.
4. Tujuan dari penggunaan suatu media massa disimpulkan dari data yang diberikan oleh anggota khalayak.
5. Penilaian mengenai pemenuhan kebutuhan dalam isi media ditentukan oleh khalayak.

METODE

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi atletik Kota Serang. Pengumpulan data yang digunakan oleh penulis menggunakan kuesioner. Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah positivistik. Paradigma positivistik merupakan paradigma ilmu pengetahuan yang berakar pada filsafat empirisme (Sundaro, 2022). Penelitian kuantitatif disebut sebagai penelitian positivistik karena berlandaskan pada suatu asumsi bahwa suatu gejala itu dapat di klarifikasikan dan hubungan gejala bersifat kausal (sebab akibat). Pada penelitian ini, menggunakan satu variabel independen atau variabel X yaitu penggunaan media sosial dan satu variabel dependen atau variabel Y yaitu kebutuhan informasi.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah atletik Kota Serang

yang mengikuti akun Instagram @runhoodmag. Besar sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan jumlah populasi yang ada, maka sampel dalam penelitian ini ditetapkan berjumlah 30 orang. Untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Sampel yang diperlukan
 N : Populasi
 e : error

Teknik Sampling pada penelitian ini menggunakan nonprobability sampling dimana, data atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel dengan jenis accidental sampling sebagai penarikan sampel. Accidental sampling dilakukan apabila pemilihan anggota sampel dilakukan terhadap orang yang cocok dijadikan sumber data yang terkait dalam bidang atletik.

Tujuan survei yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah untuk menggambarkan adakah pengaruh penggunaan media sosial Instagram @runhoodmag terhadap pemenuhan kebutuhan informasi atletik Kota Serang dan seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial Instagram @runhoodmag terhadap pemenuhan kebutuhan informasi atletik Kota Serang. Dari jawaban para responden maka peneliti akan dapat menarik kesimpulan sehingga akan terjawab adakah pengaruh dan seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial Instagram @runhoodmag terhadap pemenuhan kebutuhan informasi atletik Kota Serang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Populasi pada penelitian ini berjumlah 30 orang. Sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{30}{1 + 30.10\%^2}$$

$$n = \frac{30}{1 + 30.0,01}$$

$$n = \frac{30}{1,3}$$

$$n = 23,07$$

$$n = 24$$

Berdasarkan perhitungan rumus diatas, maka peneliti mendapatkan hasil sampel sebanyak 24 responden.

Tabel 1. sampel berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Orang	Persentase (%)
1	Laki-laki	18	75%
2	Perempuan	6	25%
Total		24	100%

Tabel 2. sampel berdasarkan Usia

No	Usia	Orang	Persentase (%)
1	15-20 Tahun	8	33,3%
2	21-25 Tahun	12	50%
3	25-30 Tahun	3	12,5%
4	>30 Tahun	1	4,2%
Total		24	100%

Tabel 3. sampel berdasarkan Profesi/Pekerjaan

No	Profesi/Pekerjaan	Orang	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	12	50%
2	PNS/TNI/POLRI	10	41,7%
3	Karyawan Swasta	2	8,3%
4	Ibu Rumah Tangga	0	0%
Total		24	100%

Berdasarkan tabel sampel diatas, bahwa pada kolom jenis kelamin diperoleh oleh jenis kelamin laki-laki dengan persentase tertinggi 75%, sedangkan pada kolom usia menunjukkan bahwa atletik Kota Serang didominasi oleh usia 21-25 tahun dengan persentase tertinggi sebesar 54,1%. Untuk kolom sampel berdasarkan profesi menunjukkan bahwa pelajar/mahasiswa dengan persentase tertinggi sebesar 50%.

No	Pertanyaan	Skor	Keterangan
1.	Apakah anda menggunakan aplikasi instagram ?	100%	Ya
		0%	Tidak
2.	Seberapa sering anda membuka aplikasi instagram dalam sehari ?	4,2%	Sangat Jarang
		8,3%	Jarang
		16,7%	Jarang Netral
		8,3%	Sering
		62,5%	Sangat Sering
3.	Apakah anda mengikuti akun instagram @runhoodmag ?	91,7%	Ya
		8,3%	Tidak

Tanggapan pada variabel pengguna media sosial (X) Pada penelitian ini variabel independent yang digunakan adalah Pengguna Media Sosial. Media sosial terdiri

dari empat indikator yaitu context, communication, collaboration dan connection. Dan tanggapan pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y) pada penelitian ini variabel dependent yang digunakan adalah pemenuhan kebutuhan informasi. Pemenuhan kebutuhan informasi terdiri dari empat indikator yaitu Current Need Approach, Everyday Need Approach, Exhaustive Need Approach dan Catching-Up Need Approach. Di uji dengan alas SPSS, sebagai berikut :

Uji Validitas. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan 24 responden dengan taraf signifikansi 10%, sehingga diperoleh rtabel sebesar 0,5151. Dengan 12 butir pertanyaan terkait variabel penggunaan media sosial (X) adalah valid karena syarat validitas yaitu $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$. Oleh karena itu, seluruh butir pertanyaan pada variabel penggunaan media sosial (X) dapat digunakan dalam penelitian ini. Sedangkan 12 butir pertanyaan terkait variabel kebutuhan informasi (Y) adalah valid karena syarat validitas yaitu $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$. Oleh karena itu, seluruh butir pertanyaan pada variabel kebutuhan informasi (Y) dapat digunakan dalam penelitian ini.

Variabel Penggunaan Media Sosial (X)

Itemname no	Cronbach's Alpha	Correlations																							
		CT1	CT2	CT3	CM1	CM2	CM3	CL1	CL2	CL3	CH1	CH2	CH3	CH4	CH5	CH6	CH7	CH8	CH9	CH10	CH11	CH12	Tot. V1		
CT1	1,000																								
CT2	.400	1,000																							
CT3	.312	.589	1,000																						
CM1	.507	.608	.724	1,000																					
CM2	.318	.554	.660	.793	1,000																				
CM3	.525	.513	.734	.655	.695	1,000																			
CL1	.414	.517	.677	.658	.679	.684	1,000																		
CL2	.521	.424	.623	.790	.730	.823	.650	1,000																	
CL3	.639	.664	.622	.655	.667	.769	.731	.657	1,000																
CH1	.478	.507	.613	.664	.593	.714	.678	.620	.673	1,000															
CH2	.560	.580	.660	.636	.647	.627	.625	.660	.627	.664	1,000														
CH3	.573	.601	.624	.707	.718	.618	.653	.668	.656	.636	.634	1,000													
CH4	.602	.612	.601	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	1,000												
CH5	.647	.608	.614	.607	.597	.612	.628	.728	.717	.747	.684	.684	.738	1,000											
CH6	.600	.601	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	1,000										
CH7	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	1,000									
CH8	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	1,000								
CH9	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	1,000							
CH10	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	1,000						
CH11	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	1,000					
CH12	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	1,000				

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).
**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Variabel Kebutuhan Informasi (Y)

Itemname no	Cronbach's Alpha	Correlations																							
		CM1	CM2	CM3	CM4	CM5	CM6	CM7	CM8	CM9	CM10	CM11	CM12	CM13	CM14	CM15	CM16	CM17	CM18	CM19	CM20	CM21	CM22	Tot. V1	
CM1	1,000																								
CM2	.742	1,000																							
CM3	.612	.764	1,000																						
CM4	.721	.768	.749	1,000																					
CM5	.624	.741	.677	.742	1,000																				
CM6	.742	.727	.727	.732	.648	1,000																			
CM7	.601	.601	.600	.600	.600	.600	1,000																		
CM8	.601	.600	.600	.600	.600	.600	.600	1,000																	
CM9	.601	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	1,000																
CM10	.601	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	1,000															
CM11	.601	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	1,000														
CM12	.601	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	1,000													
CM13	.601	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	1,000												
CM14	.601	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	1,000											
CM15	.601	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	1,000										
CM16	.601	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	1,000									
CM17	.601	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	1,000								
CM18	.601	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	1,000							
CM19	.601	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	1,000						
CM20	.601	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	1,000					
CM21	.601	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	1,000				
CM22	.601	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	.600	1,000			

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Uji Reliabilitas. Seluruh butir pertanyaan pada variabel penggunaan media sosial (X) dan pemenuhan kebutuhan informasi (Y) adalah reliabel karena memiliki Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,3. Terbukti dalam tabel berikut.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.962	12

Pada data tabel reliability diatas, menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha penelitian ini sebesar 0,962 yang berarti reliabel atau valid.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients ^a			
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	t
1 (Constant)	2,251	1,502		1,499
X	.742	.161	.700	4,601

a. Dependent Variable: Y

Hasil penelitian ini menunjukkan menunjukkan bahwa variabel kebutuhan informasi (Y) memperoleh nilai konstanta yaitu sebesar 2,251 dan nilai koefisien regresi untuk variabel penggunaan media sosial (X) sebesar 0,742. Sehingga dapat dirumuskan pada persamaan regresi linear sederhana seperti berikut:

$$Y = a + bX$$

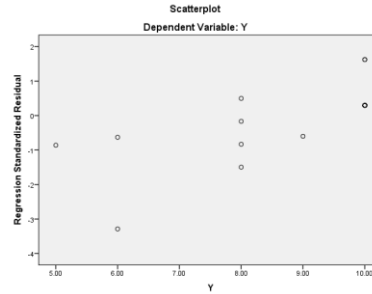
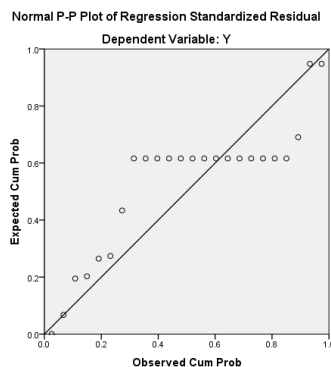
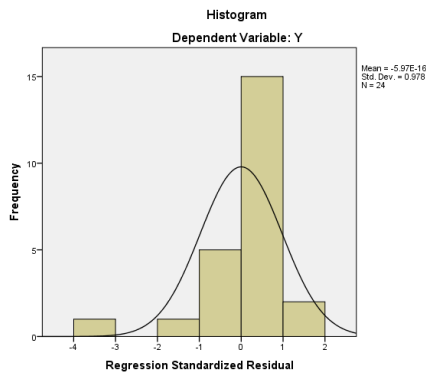
$$Y = 2,251 + 0,742 X$$

Dari hasil persamaan di atas dapat disimpulkan bahwa masing-masing

koefisien regresi pada variabel indenpenden (X) bernilai positif dengan konstanta sebesar 2,251 artinya variabel kebutuhan informasi (Y) akan bernilai 2,251 ketika variabel penggunaan media sosial (X) bernilai sama dengan nol.

Variabel penggunaan media sosial (X) memiliki nilai koefisien positif sebesar 0,742. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara penggunaan media sosial dengan kebutuhan informasi. Artinya, apabila nilai penggunaan media sosial meningkat sebesar satu satuan, maka nilai kebutuhan informasi akan meningkat sebesar 0,742.

Uji Normalitas. Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov dan menggunakan data yang sudah di transformasikan dengan Method of Succesive Interval (MSI). nilai signifikansi dari hasil uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov > 0,05 yaitu 0,978. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal, berdasarkan hasil berikut ini:



Dari hasil histogram dapat diartikan model berdistribusi normal karena membentuk lonceng. Pada diagram normal probability plot terlihat titik-titik yang menyebar menunjukkan bahwa model berdistribusi normal.

Uji Hipotesis T. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Pengaruh Media Sosial (X) memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,148$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, penggunaan media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap kebutuhan informasi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	2.251	1.502		1.499	.148	-.864	5.366
	X	.742	.161	.700	4.601	.000	.408	1.076

Dengan $\alpha = 10\%$ dan $dk = 24 - 2 = 22$ diperoleh nilai tabel sebesar 1,499. Hasil uji t yang diperoleh merujuk pada tabel diatas, diperoleh nilai t hitung \geq t tabel ($2,508 \geq 1,499$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,01$, maka dapat diartikan H_0 ditolak, H_1 diterima. Dapat disimpulkan terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram @runhoodmag terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Atletik Kota Serang.

Hasil Koefisien Determinasi. Berdasarkan tabel hasil perhitungan diatas, menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi atau Adjusted R- square yang diperoleh yaitu sebesar 0,467 atau 46,7%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan

media sosial akan memberikan pengaruh pada variabel kebutuhan informasi sebesar 46,7%.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan oleh peneliti. Pada penelitian “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @runhoodmag Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Atletik Kota Serang” dapat disimpulkan sebagai berikut:

Terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram @runhoodmag terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dibuktikan dengan hasil uji hipotesis t melalui alat SPSS diperoleh nilai t hitung \geq t tabel ($2,508 \geq 1,499$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,01$. Berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, dapat diartikan terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram @runhoodmag terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Atletik Kota Serang.

Penelitian juga dibuktikan juga oleh hasil regresi linear sederhana bahwa terdapat hubungan antara variabel X yaitu penggunaan media sosial dengan variabel Y yaitu kebutuhan informasi dengan adanya persamaan $2,251 + 0,742 X$. Diperkuat juga melalui uji koefisien determinasi bahwa pengaruh media sosial Instagram @runhoodmag berpengaruh secara signifikan terhadap kebutuhan informasi Atletik Kota Serang dengan nilai persentase sebesar 46,7%.

DAFTAR RUJUKAN

GoodStats.id. (2023, June 9). Aplikasi yang Paling Banyak Digunakan Masyarakat Pada Tahun 2023.
LittleJohn. W. Stephen, & Foss. A. Karen. (2014). Teori Komunikasi (R.

Oktaviani, Ed.; Sembilan). Salemba Humanika.

Mustika, D., Djafar, R. H., & Putri, Y. R. (n.d.). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Visitbogar Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers Influence Of Social Media @Visitbogar's Instagram Utilization To Fulfillment The Followers Needs Of Information.

Nasrullah, R. (2018). Media Sosial (S. N. Nurbaya, Ed.). Simbiosis Rekatama Media.

Suprawoto. (2018). Government Public Relations (N. Gunarjo, Ed.; Pertama). Prenada Media.

Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (n.d.). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common* |, 5. <https://doi.org/10.34010/common>