

## **Terpaan Akun @Ussfeeds Pada Kebutuhan Literasi Informasi Pada Followers di Instagram**

**Haniyah Aqila<sup>1</sup>, Yudi Daherman<sup>2</sup>**  
**Universitas Islam Riau<sup>1,2</sup>**

[haniyahaqila@comm.uir.ac.id](mailto:haniyahaqila@comm.uir.ac.id) <sup>1</sup> [yudidaherman@comm.uir.ac.id](mailto:yudidaherman@comm.uir.ac.id) <sup>2</sup>

**Abstrak:** Masyarakat di era digital memanfaatkan internet sebagai sarana bertukarnya informasi. Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh dari terpaan postingan instagram @ussfeeds terhadap kebutuhan literasi informasi pada followers. Penelitian ini menggunakan Teori S-R yang mana pada teori ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal (lisan-tulisan) isyarat-isyarat non verbal, gambar atau tindakan tertentu akan merangsang orang lain dalam memberikan respon dengan cara tertentu yang menggambarkan hubungan stimulus-response. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan sampel 100 orang menggunakan Probability Sampling, menggunakan teknik Simple Random Sampling, dengan menggunakan kuesioner dan aplikasi SPSS 26. Hasil yang di dapatkan bahwa Terpaan Postingan Instagram @ussfeeds Terhadap Kebutuhan Literasi Informasi Pada Followers signifikan. Dengan hasil Uji t yang diperoleh yaitu nilai thitung pada variabel terpaan dengan nilai sebesar  $15.048 > t_{tabel}$  dengan nilai 1,987 artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menunjukkan bahwa Terpaan Postingan Instagram @ussfeeds memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kebutuhan Literasi Informasi pada Followers.

**Kata Kunci:** Terpaan Media, Instagram, Kebutuhan Literasi Informasi

### **PENDAHULUAN**

Di era globalisasi ini, kemajuan teknologi merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari dan akan terus berkembang seiring berjalannya waktu. Masyarakat di era digital ini memanfaatkan internet sebagai sarana bertukar informasi dan komunikasi. Internet juga memiliki banyak manfaat dalam kehidupan modern seperti saat ini, salah satunya adalah dapat menjadi wadah yang luas bagi masyarakat dalam menyebarkan dan mendapatkan informasi secara langsung maupun tidak langsung.

Masyarakat di era digital ini memanfaatkan internet sebagai sarana bertukar informasi dan komunikasi. Internet juga memiliki banyak manfaat dalam kehidupan modern seperti saat ini, salah satunya adalah dapat menjadi wadah yang luas bagi masyarakat dalam menyebarkan dan mendapatkan informasi secara langsung maupun tidak langsung. Internet sudah menjadi kebutuhan pokok bagi setiap Masyarakat

Media sosial merupakan media online dimana pengguna dapat dengan mudah mendapatkan informasi dan berkomunikasi. Media sosial dan fitur-fitur perangkat lunak sosial merupakan peralatan untuk meningkatkan kemampuan berbagi (to share), bekerja sama (to cooperate) di antara para pengguna dan melakukan tindakan kolektif yang sepenuhnya berada di luar

---

kerangka kelembagaan atau organisasi. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan sarana komunikasi yang dapat digunakan sebagai tempat mencari data dan penggunaannya membutuhkan kemampuan literasi media (Nasrullah, 2016).

Berdasarkan data yang diperoleh Hootsuite.com (2022), dapat diketahui bahwa jumlah penduduk di Indonesia sebanyak 277,7 juta jiwa, kemudian pengguna media sosial aktif di Indonesia mencapai 191,4 juta jiwa. Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa popularitas masyarakat di Indonesia cenderung menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi dalam kehidupan sehari-hari.

Media memberikan hiburan, informasi, pendidikan, pengetahuan ilmiah dan berbagai jenis informasi lainnya dari berbagai belahan dunia. Hal ini membuktikan bahwa media memiliki peran penting dalam proses pemenuhan kebutuhan informasi. Setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda-beda akan berbagai hal dan juga berbagai cara yang akan dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan tersebut. Perkembangan media yang semakin pesat berdampak pada situs-situs komunikasi (Ahmadi, 2020).

Perkembangan teknologi ini juga dimanfaatkan oleh akun Instagram @ussfeeds untuk berbagi informasi mengenai pengetahuan umum dan fakta-fakta budaya yang terjadi saat ini (pop culture), teknologi, fashion, musik, makanan, dan masih banyak lagi yang lainnya. Media sosial Instagram @ussfeeds sebagai tempat penyebaran informasi bagi kaum milenial. Akun yang hampir serupa salah satu contohnya @creativox @volixmedia @univlox @urbanasiacom, akun tersebut memberikan informasi seputar kaum milenial. Misalnya informasi yang berkaitan dengan fashion, musik, film, olahraga, berita, hiburan dan teknologi.

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pernyataan dari satu orang ke orang lain. Penjelasan ini memberikan pemahaman kepada kita bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang atau manusia, maka komunikasi seperti ini disebut dengan Human Communication. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, perilaku, pendapat baik secara langsung (komunikasi tatap muka) maupun tidak langsung (komunikasi melalui media). Komunikasi dilihat dari 2 perspektif, yaitu secara umum dan secara paradigmatis. Secara umum juga dilihat dari dua aspek, yaitu secara etimologis dan terminologis. Secara etimologis, komunikasi berasal dari kata communication yang bersumber dari kata communis yang berarti sama. sama yang dimaksud adalah sama makna. Dalam pengertian ini, komunikasi berlangsung ketika orang-orang yang ada di dalamnya memiliki kesamaan makna terkait sesuatu yang

---

dikomunikasikan. Dengan kata lain, ketika orang-orang yang terlibat di dalamnya saling memahami apa yang sedang dikomunikasikan, dan hubungan di antara mereka memiliki sifat komunikatif.

### **Teknologi Komunikasi**

Perkembangan teknologi dari yang sederhana hingga canggih dapat dikatakan sebagai bentuk modernisasi yang biasanya akan diikuti dengan modernisasi ide. Modernisasi terlihat dalam berbagai bentuk yang nyata maupun yang tidak disangka-sangka oleh manusia di dunia, dan dapat dikatakan hampir tidak ada manusia yang tidak menjadi korban modernisasi. Modernisasi dalam kurun waktu tertentu telah memunculkan sebuah proses yang disebut dengan globalisasi. Globalisasi telah menyatukan manusia dari berbagai belahan dunia, dan mereka sulit untuk dibedakan karena semua manusia memiliki karakter yang hampir sama. Perkembangan teknologi telah berhasil menyatukan semua karakter dan budaya yang ada di muka bumi ini (Nanang Martono, 2014).

Istilah teknologi berasal dari kata *techno* dan *logia*, dari bahasa Yunani kuno *techne* yang berarti kerajinan. Dari *techne* kemudian lahir kata *technikos* yang memiliki arti orang yang memiliki keterampilan tertentu. Dengan berkembangnya keterampilan seseorang yang menjadi tetap karena melihat suatu pola, cara, dan langkah maka menjadi lebih bersifat teknis. Setiap perkembangan teknologi memberikan kemudahan, efisiensi, dan peningkatan produktivitas, ada beberapa hal yang dijanjikan oleh teknologi sebagai berikut:

- a. Teknologi menjamin perubahan
- b. Teknologi menjamin kemajuan
- c. Teknologi menjamin kenyamanan
- d. Teknologi menjamin peningkatan produktivitas
- e. Teknologi menjamin kecepatan
- f. Teknologi menjamin popularitas.

### **Media Baru**

Konsep media baru selalu didefinisikan secara sederhana sebagai media interaktif yang menggunakan perangkat komputer dasar. Penjelasan media baru lainnya memberikan cakupan yang luas bahwa media baru yang muncul dari inovasi teknologi di bidang media antara lain televisi kabel, teknologi serat optik, satelit, dan komputer. Dengan teknologi semacam ini,

---

pengguna dapat secara interaktif menentukan pilihan dan memberikan respon produk media yang beragam (Pranata, 2015).

Media baru yang dimaksud di sini adalah media yang lahir dari perkembangan teknologi komunikasi yang memiliki karakteristik yang sama, selain kehadirannya dapat dikatakan baru, juga memungkinkan sebagai sarana komunikasi karena sifatnya yang digitalisasi dan ketersediaannya yang luas. Media baru adalah media yang mengandalkan jaringan internet dalam proses penyebaran pesannya, media online melibatkan teknologi, bersifat fleksibel dan interaktif, juga dapat berfungsi secara privat maupun publik (Mondry, 2018: 13).

Meskipun kita menyebut media baru sebagai cyberspace, namun media baru tidak hadir secara fisik, melainkan secara virtual. Hal inilah yang membuat media baru memiliki karakter budaya tersendiri, namun bukan budaya seperti pada umumnya yang memberikan peluang interaksi bagi komunikator di antara sesama komunikator. Para komunikator, selain dapat berinteraksi secara online, juga dapat membuat konten pesan sendiri untuk dipublikasikan. Misalnya, ketika komunikator berkomunikasi melalui email atau fitur chatting di media sosial, mereka menyadari bahwa internet dapat memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah (Efriza dan Indrawan, 2018: 169-170).

### **Paparan Media**

Terpaan media merupakan perilaku khalayak dalam menggunakan media massa. Terpaan media dapat diartikan sebagai suatu kondisi dimana khalayak terpapar oleh isi media atau bagaimana isi pada media tersebut mengenai khalayak. Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang dihabiskan untuk berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara konsumen individu dan isi media yang dikonsumsi dengan media secara keseluruhan. Terpaan media adalah jumlah informasi yang diperoleh melalui media, yang meliputi frekuensi, perhatian dan durasi penggunaan pada jenis media yang setia digunakan (Widyatama dalam Amalia, 2017).

Terpaan media menurut Rosengren (dalam Aulia, 2019:4) adalah penggunaan media yang terdiri dari beberapa faktor, mulai dari jumlah waktu yang digunakan dalam media, jenis media, dan media yang digunakan secara keseluruhan. Dalam mengukur terpaan media dapat dilihat dari ketiga faktor yang telah disebutkan di atas (Mustika dan Iffandy, 2017).

### **Media Sosial Instagram**

Media biasanya diartikan sebagai akar dari komunikasi sebagaimana definisi yang diketahui oleh banyak orang. Sedangkan menurut Tonnies, sosial merujuk pada kata "community" yang berarti saling memiliki dan dapat membuktikan ketika berada dalam kondisi tertentu atau dapat diartikan sebagai kebersamaan yang memiliki ketergantungan satu dengan yang lainnya (Fuchs, 2014).

Menurut Cross (dalam Nasrullah, 2015) media sosial adalah sebuah terminologi yang menunjukkan berbagai macam teknologi yang berfungsi sebagai pengikat yang menyatukan orang-orang ke dalam sebuah kelompok, saling bertukar informasi dan dapat berinteraksi dengan menggunakan web.

Dari total populasi di Indonesia sebesar 256,4 juta jiwa, 130 juta jiwa atau sekitar 49% di antaranya merupakan pengguna aktif media sosial (Lufthi Anggraeni, 2018). Media sosial adalah media internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya dan berinteraksi, berbagi, bekerja sama, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015).

### **Kebutuhan Literasi Informasi**

Perbedaannya dapat dilihat dari pengertian informasi yang sangat erat kaitannya dengan konten atau isi. Sedangkan media lebih kepada indera manusia dengan infrastruktur komunikasi berupa penglihatan dan pendengaran. Persamaannya, informasi disalurkan dengan menggunakan media sebagai alat untuk menyebarluaskan pesan kepada masyarakat. Informasi dan media memang harus dikaitkan dengan literasi karena menyangkut keterampilan dan kepekaan seseorang dalam menanggapi informasi dan media (Kotler & Keller, 2016).

Menurut Bawden & Robinson dalam Kinanti & Erza (2020). Kebutuhan informasi adalah ketidakseimbangan yang ada antara pengetahuan yang sudah dimiliki dengan pengetahuan yang sudah diketahui. Dapat disimpulkan bahwa kebutuhan informasi mengacu pada situasi dimana seseorang merasa perlu untuk memuaskan rasa ingin tahunya karena kurangnya pengetahuan. Perkembangan teknologi komunikasi berlangsung dengan cepat. Kebutuhan informasi manusia juga akan semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi dan juga perkembangan ilmu pengetahuan sehingga mencari informasi sudah menjadi kebutuhan sehari-hari. Berbagai informasi dicari mulai dari berita politik, gaya hidup, pekerjaan, hobi, kesehatan dan masih banyak yang lainnya. seiring dengan berkembangnya kebutuhan informasi, maka semakin banyak pula media yang menyajikan informasi. Ada juga media yang hanya

---

mengandalkan antusiasme masyarakat dan tidak memperhatikan isi dari informasi tersebut, asalkan informasi tersebut banyak diakses dan diminati (Kinanti & Erza, 2020).

Kebutuhan informasi adalah suatu keadaan dimana seseorang merasakan dan menyadari adanya kesenjangan antara pengetahuan yang dimilikinya pada saat itu, dimana seseorang merasa informasi yang dimilikinya masih kurang atau belum mencukupi dalam mencapai tujuan tertentu dalam hidupnya. Terdapat empat jenis kebutuhan akan informasi menurut Guha (dalam Saffri, 2015), yaitu:

- a. Pendekatan kebutuhan saat ini, yaitu pendekatan terhadap kebutuhan pengguna informasi yang bersifat terkini. Jenis pendekatan ini membutuhkan interaksi yang konstan antara pengguna dan sistem informasi.
- b. Pendekatan kebutuhan sehari-hari, yaitu pendekatan terhadap kebutuhan pengguna yang spesifik dan mendesak. Informasi yang dibutuhkan pengguna adalah informasi yang secara rutin dihadapi oleh pengguna.
- c. Exhaustic need approach, yaitu pendekatan terhadap kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam, lengkap, spesifik dan relevan. Sehingga pengguna memiliki sifat ketergantungan terhadap informasi yang diberikan.
- d. Catching-up need approach, yaitu pendekatan kepada pengguna untuk mendapatkan informasi yang ringkas dan terkini mengenai perkembangan terbaru seputar informasi yang dibutuhkan.

### **Akun Instagram @Ussfeeds**

Ussfeeds mengklaim platform mereka sebagai "platform digital yang berbicara kepada telinga dan preferensi anak muda" yang jika diartikan berarti ussfeeds menyebarkan informasi, berbicara kepada preferensi anak muda. Preferensi yang dimaksud di sini jika dilihat di platform Instagram mereka menampilkan apa saja yang sedang tren. Bahkan ussfeeds memiliki beberapa akun lain seperti youtube, facebook, dan juga website.

Awalnya ussfeeds adalah platform yang berfokus pada fashion anak muda, dilihat dari kepanjangan USS, Urban Sneakers Society, yang berarti komunitas sepatu urban. Kemudian seiring berjalannya waktu, ussfeeds memperluas konten mereka dengan informasi, tren, hiburan dan berita gaya hidup. Ussfeed merupakan media online dari USS Network yang merupakan perusahaan jaringan konten di Indonesia. Media online ini bisa dibilang baru karena baru dibentuk pada tahun 2019 namun kini ussfeeds telah memiliki 1,3 juta pengikut di

---

platform Instagram, memiliki 381.000 subscriber di platform YouTube dan memiliki aplikasi sendiri untuk memudahkan dalam mengakses informasi, dengan targetnya adalah anak muda atau milenial (Kompasiana, 2021).

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang mewakili positivisme, pendekatan ini digunakan untuk mendalami suatu penelitian atau pembahasan pada populasi dan sampel yang telah ditentukan. Pengambilan sampel digunakan secara random dengan teknik pengumpulan data menggunakan analisis, instrumen dan juga bersifat statistik (Sugiyono, 2018). Pendekatan kuantitatif memiliki batasan yang nyata terhadap kedalaman atau keluasan variabel yang diteliti. Hal tersebut dikarenakan penelitian kuantitatif secara jelas menunjukkan bagaimana variabel-variabel penelitian diterapkan dan diukur (Rakhmat & Ibrahim, 2016).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian kausal komparatif. Penelitian kausal komparatif adalah penelitian yang membahas suatu penelitian yang berkaitan dengan hubungan sebab akibat. Dalam metode ini, variabel ditentukan menjadi variabel dependen atau variabel yang dipengaruhi dan variabel independen atau variabel yang mempengaruhi (Sugiyono, 2018). Metode ini digunakan dalam penelitian ini, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan postingan Instagram @ussfeeds terhadap kebutuhan literasi informasi followers. Metode ini digunakan peneliti karena ingin mendapatkan hasil penelitian yang dapat diklasifikasikan dan diukur.

Adapun Populasi yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah seluruh pengikut (Followers) akun @ussfeeds yang berjumlah 1,3 juta followers (diakses pada September tahun 2023), jumlah tersebut dapat dilihat pada akun Instagram @ussfeeds. Dalam pengambilan sampel, peneliti memutuskan untuk menggunakan teknik random sampling, yaitu mengikutsertakan orang-orang yang ada di dalam populasi, sehingga followers dari populasi tersebut memiliki hak yang sama untuk dijadikan responden dalam penelitian ini. Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan ukuran sampel dengan rumus slovin, rumus slovin digunakan untuk populasi yang besar dan diperoleh dari penaksiran proporsi (Kriyanto, 2006). Dalam penelitian ini, peneliti mengambil toleransi kesalahan sebesar 10% (0,1). Oleh karena itu, peneliti ingin mengestimasi followers @ussfeeds dari populasi sebanyak 1.300.000 followers. Sehingga penulis mengambil 100 responden yang dijadikan sampel penelitian.



Operasional konsep dalam penelitian ini adalah terdiri dari 2 (dua) konsep yaitu Untuk melihat atau mencari data terkait audience/khalayak media dari bagaimana penggunaan media, baik itu dari jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi dari penggunaan medianya (longevity) atau penggunaan jenis media yang meliputi media audio visual, media audio dan media cetak. Selanjutnya kebutuhan literasi menggunakan konsep S-R (Stimulus-Response) ini adalah diasumsikan bahwa komunikasi sebagai proses aksi-reaksi yang sangat sederhana, dimana kata-kata verbal, isyarat non verbal, gambar- gambar dan tindakan- tindakan tertentu yang bisa merangsang orang untuk memberikan respons dengan cara tertentu.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan rekapitulasi jawaban responden terhadap 3 dimensi terpaan postingan @usefeeds didapatkan besaran rata-rata keseluruhan dimensi yaitu 53,8% dengan kategori Cukup Baik. Persentase tertinggi adalah dimensi Frekuensi 65,4% dan persentase terendah adalah dimensi Durasi 42,9%. Sementara dimensi Kebutuhan Literasi terdapat rekapitulasi jawaban responden terhadap 4 dimensi kebutuhan literasi didapatkan rata-rata keseluruhan dimensi yakni 54,2% dengan kategori Cukup Baik. Persentase tertinggi adalah dimensi catching-up need approach 60% dan persentase terendah adalah dimensi everyday need approach 47%.

Hasil dalam penelitian ini juga mendapatkan hasil regresi sederhana dengan menggunakan SPSS. Dari persamaan regresi didapatkan koefisien regresi nilai B bernilai negatif, sehingga hal ini menunjukkan bahwa variabel independen jika ditingkatkan akan menyebabkan peningkatan pada variabel dependen. Hal ini berarti: a) Nilai konstanta sebesar -364 b) Koefisien regresi sebesar 1,064 menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan variabel terpaan tayangan sebesar 1%, maka akan terjadi penambahan peningkatan variabel kebutuhan literasi informasi sebesar 1,064. Uji koefisien regresi bertanda negatif, sehingga terpaan tayangan (X) memiliki pengaruh negatif terhadap kebutuhan literasi (Y).

Penelitian yang menggunakan metode kuantitatif ini juga menguji dengan Uji t (t test). Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai sig pada exposure sebesar 0.000 atau kurang dari 0.05 (sig < 0.05), yang berarti variabel exposure berpengaruh terhadap kebutuhan literasi.

Untuk menguji signifikansi variabel independen dengan membandingkan antara thitung < ttabel . Hal ini jika thitung > ttabel , maka hipotesis diterima dan jika thitung < ttabel maka hipotesis ditolak. Rumus untuk mencari ttabel adalah:

t tabel :  $(\alpha/2; n-k-1)$



---

$$= (0,05/2: 100-1-1)$$

$$= (0,025: 98)$$

$$= 1,987$$

Nilai t-hitung adalah 15,048 sedangkan nilai t-tabel adalah 1,987. Disimpulkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel} = 15,048 > 1,987$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Kesimpulan dari uji t tersebut adalah terdapat pengaruh yang signifikan dari terpaan postingan Instagram @ussfeeds terhadap kebutuhan literasi informasi pada followers.

Selanjutnya hasil yang didapatkan dengan menggunakan aplikasi SPSS dalam penelitian ini adalah Koefisien Determinasi dan korelasi. Hasil statistik pada output SPSS menunjukkan bahwa nilai R square sebesar 0,698 atau 69,8%. Hal ini berarti bahwa variabel independen (paparan) mempengaruhi variabel dependen (kebutuhan literasi) sebesar 69,8%. Sisanya sebesar 30,2% berasal dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Perhitungan koefisien korelasi menunjukkan bahwa hubungan antara terpaan Instagram @ussfeeds dengan kebutuhan literasi bernilai positif yaitu sebesar 0,835. Nilai tersebut bernilai positif, sehingga korelasi yang terjadi juga positif dan berada pada derajat sangat kuat (0,80 - 1,000). Nilai signifikansi (sig) diperoleh sebesar 0,000 yang lebih kecil (<) dari sig. = 0,05. Maka artinya korelasi tersebut signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang positif (derajat sangat kuat) dan signifikan antara terpaan postingan Instagram @ussfeeds (X) dengan kebutuhan literasi (Y).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan postingan Instagram @ussfeeds terhadap kebutuhan literasi informasi pada followers. Berdasarkan uji regresi linier sederhana yang dilakukan, diperoleh nilai  $Y = -364 + 1,064X$ , dengan kata lain konstanta sebesar -364, nilai kebutuhan literasi sebesar 1,064, yang menunjukkan bahwa hubungan antar variabel adalah negatif. Hasil penelitian koefisien korelasi sebesar 0,835 berarti korelasi berada pada kategori sangat kuat, artinya terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel terpaan dengan variabel kebutuhan literasi. Pada perhitungan koefisien determinasi (R square) didapatkan hasil sebesar 69,8%. Sehingga menunjukkan bahwa terpaan memiliki pengaruh sebesar 69,8% terhadap kebutuhan literasi, sedangkan sisanya sebesar 30,2% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Pada hasil uji t diperoleh nilai thitung pada variabel terpaan media dengan nilai  $15,048 > t_{tabel}$  dengan nilai 1,987. Maka dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh terpaan postingan Instagram @ussfeeds berpengaruh terhadap kebutuhan literasi.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah S-R (Stimulus-Respon). Asumsi dari teori ini adalah perilaku manusia (respon) dapat diramalkan, singkatnya komunikasi dianggap statis dan manusia dianggap berperilaku karena adanya rangsangan dari luar (stimulus), dengan asumsi bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu dapat menstimulasi orang lain untuk merespon dengan cara tertentu. S-R (stimulus-respons) adalah model komunikasi yang paling dasar. Stimulus di sini adalah postingan Instagram @ussfeeds yang setelah menerima terpaan konten akan menimbulkan respon berupa kebutuhan literasi.

Sehingga hasil dari masing-masing dimensi yang terdiri dari tiga indikator untuk dimensi terpaan dan empat indikator untuk kebutuhan literasi berada pada kategori positif, yaitu sangat baik dan baik. Sehingga dapat dikatakan bahwa hal ini sejalan dengan asumsi atau penjelasan SR (stimulus-respon), dimana pengaruh terpaan Instagram @ussfeeds memberikan stimulus bagi khalayak dan khalayak yang membutuhkan literasi sebagai bentuk respon akibat adanya konten-konten di Instagram @ussfeeds mengenai informasi.

Perlu dilakukan diskusi dalam penelitian ini bahwa Akun @ussfeeds merupakan akun informasi yang dikenal dengan cepatnya memberikan informasi kepada followersnya dan juga memiliki identitas yang simple yaitu memberikan visual background tulisan warna kuning sehingga memudahkan bagi pembaca. Berdasarkan rekapitulasi jawaban responden terhadap 3 dimensi terpaan postingan didapatkan besaran rata-rata keseluruhan dimensi yaitu 53,8% dengan kategori Cukup Baik. Persentase tertinggi adalah dimensi Frekuensi 65,4% dan persentase terendah adalah dimensi Durasi 42,9%.

Dimensi Frekuensi didefinisikan sebagai seberapa sering media digunakan baik itu dilihat, dibaca dan diserap. Pada dimensi frekuensi berada pada kategori baik sebesar 65,4% dengan total skor 786. responden menyatakan bahwa mereka mendapatkan informasi terkini melalui akun @ussfeeds. Yang mana responden juga menyatakan akun @ussfeeds sering juga muncul di explorer setiap harinya sehingga informasi tersebut dilihat, dibaca dan diserap.

Selanjutnya dimensi durasi, durasi didefinisikan seberapa lama digunakan untuk di tonton. Dimensi durasi memperoleh kategori cukup baik dengan persentase sebesar 42,9% dengan total skor 517. mayoritas responden setuju bahwa mereka membaca konten informasi hingga selesai. Dan dimensi Atensi adalah perhatian yang ditaruh untuk memperhatikan media dan menyerap pesan yang disampaikan dari media tersebut. Dimensi atensi berada pada kategori cukup baik dengan persentase sebesar 53,35% dengan total skor 1.287. Pada dimensi atensi, mayoritas responden menyatakan setuju bahwa mereka mempercayai, memperhatikan dan paham setiap

---

penjelasan yang diberikan oleh akun @ussfeeds yang menarik untuk di baca, memberikan informasi yang akan selalu dilihat, dibaca dan dipahami.

Variabel lainnya yang menjadi diukur pengaruhnya pada variable terpaan akun @usefeed, adalah kebutuhan literasi. Berdasarkan rekapitulasi jawaban responden terhadap 4 dimensi kebutuhan literasi didapatkan rata-rata keseluruhan dimensi yakni 54,2% dengan kategori Cukup Baik. Persentase tertinggi adalah dimensi catching-up need approach 60% dan persentase terendah adalah dimensi everyday need approach 47%.

Pendekatan terhadap kebutuhan pengguna informasi (Current Need Approach) yang sifatnya mutakhir. Perlu adanya interaksi yang bersifat konstan antara pengguna dan sistem informasi. Guha (dalam Saffari, 2015) Berdasarkan jawaban responden, dimensi current need approach berada pada kategori cukup baik dengan persentase 56,4% dengan total skor 678. responden mendapatkan informasi yang diinginkan pada akun @ussfeeds.

Selanjutnya Kebutuhan yang spesifik dan cepat (Everyday Need Approach), informasi yang diperlukan pengguna ialah informasi yang rutin dihadapi oleh pengguna. Guha (dalam Saffari, 2015). Berdasarkan jawaban responden, dimensi everyday need approach berada pada kategori cukup baik dengan persentase 47% dengan total skor 755. responden menyatakan bahwa adanya informasi yang didapatkan dari akun @ussfeeds dapat berbagai bahan pembicaraan dengan topik yang hangat atau baru serta dapat berdiskusi didalam kolom komentar dengan orang lain.

Kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam (Exhaustic Need Approach), lengkap, spesifik dan relevan. Sehingga para pengguna memiliki sifat ketergantungan terkait informasi yang diberikan. Guha (dalam Saffari, 2015). Berdasarkan jawaban responden, dimensi exhaustic need approach berada pada kategori cukup baik dengan persentase 53,75% dengan total skor 646. responden mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan lengkap dan spesifik.

Dan yang etrakhir Pengguna akan informasi yang ringkas (Catching-up Need Approach), up-to-date terkait perkembangan terkini seputar informasi yang dibutuhkan. Guha (dalam Saffari,2015). Berdasarkan jawaban responden dimensi catching-up need approach berada pada kategori baik dengan persentase 60% dengan total skor 635. responden mendapatkan berita terbaru dalam waktu yang cepat dan dikemas dengan bahasa yang mudah untuk dipahami.

---

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian dan analisis terkait "pengaruh terpaan postingan Instagram @ussfeeds terhadap kebutuhan literasi informasi pada followers", penelitian ini menggunakan variabel bebas yaitu pengaruh terpaan postingan Instagram @ussfeeds (terpaan media) dan untuk variabel terikatnya adalah kebutuhan literasi. Maka berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh terpaan postingan terhadap kebutuhan literasi. Dengan hasil penelitian atas pengumpulan dan pengelolaan data dari 100 orang/responden yang membutuhkan informasi, dan dianalisis menggunakan program SPSS 26 dengan model pengukuran yang telah dijabarkan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: 1) Terpaan postingan Instagram @ussfeeds memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kebutuhan literasi informasi pada followers.

Hal ini dibuktikan dengan analisis regresi sederhana dimana setiap penambahan satu kali terpaan postingan Instagram @ussfeeds memberikan pengaruh terhadap kebutuhan literasi sebesar 1,064. Selain itu, variabel kebutuhan literasi dipengaruhi oleh terpaan postingan @ussfeeds sebesar 69,8% dari uji determinasi dan kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang sangat kuat yaitu sebesar 0,835. 2). Terpaan postingan memiliki 3 (tiga) dimensi yaitu frekuensi, durasi, dan atensi. Kebutuhan literasi memiliki 4 (empat) dimensi yaitu pendekatan kebutuhan saat ini, pendekatan kebutuhan sehari-hari, pendekatan kebutuhan yang melelahkan dan pendekatan kebutuhan mengejar ketertinggalan. 3). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penelitian ini sesuai dengan asumsi Teori SR bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi dengan mengasumsikan kata-kata verbal, isyarat non verbal dan simbol-simbol tertentu kemudian merangsang untuk merespon dengan cara tertentu. Dalam penelitian ini, stimulus berupa terpaan postingan Instagram @ussfeeds yang berisi pesan atau informasi dan menimbulkan respon yaitu kebutuhan literasi informasi pada followers.

Saran dalam penelitian ini adalah agar kedepannya admin @ussfeeds lebih aktif lagi dalam menjalankan platform lain yang telah dibuat seperti twitter, youtube, blog. Dan juga diharapkan untuk terus memberikan informasi yang dibutuhkan oleh followers dengan melihat direct message yang dikirimkan oleh followers.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Afrilia, A. M. (2017). Penggunaan New Media Di Kalangan Ibu Muda Sebagai Media Parenting Masa Kini. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 31-42.
- Agustian, I. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Profesional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 4260.
- Alyusi, S. D. (2016). *Media Sosial : Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial*. jakarta: kencana..
- Feroza, C. S. (2020). Penggunaan media sosial instagram pada pkun @yhoophii\_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 32-41.
- Herlina, N. (2017). Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar\_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat. *Jom Fisip*, 114.
- Husna, A. F. (2017). Pengaruh Efikasi Diri Dalam Pencarian Informasi Terhadap Kemampuan Literasi Informasi Mahasiswa Magister Prodi Ilmu Keperawatan Angkatan 2016 Universitas Diponegoro. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 391-400.
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 19-28.
- Indrawan, J. (2018). Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik. *Medium*, 11-17.
- Instagram, E. S. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instgram. *Jurnal Visi Komunikasi*, 151-160.
- Juditha, C. (2019). Literasi Informasi Melawan Hoaks Bidang Kesehatan di Komunitas Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 77-90.
- Karunia H, H. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 92104.
- Kurnia, N. D. (2018). Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas. *EduLib*, 1.
- Nempung, T. (2015). Otomatisasi Metode Penelitian Skala Likert Berbasis Web. 1-8.

- Nofha Rina, S. N. (2020). Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13-24.
- Olivia, J. (2019). Pengaruh Video Advertising Tokopedia Versi “ Jadikan Ramadan Kesempatan Terbaik ” Terhadap Respon Afektif. *Jurnal Lontar*, 6-24.
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Communication*, 51.
- Purwaningtyas, P. (2019). Literasi Informasi dan Literasi Media. *IQRA` : Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi (e-Journal)*, 1.
- Puspita, Y. (2015). The Usage of New Media to Simplify Communication and Transaction of Gay Prostitute. *Jurnal Pekommas*, 203-212.
- Rini, D. (2018). Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram. *Jurnal Widyaloka Ikip Widya Darma*, 261-278.
- Sari, M. P. (2017). Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau. Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau, 1-13.
- Sofiah, R. (2020). Analisis Karakteristik Sains Teknologi Masyarakat (Stm) Sebagai Model Pembelajaran: Sebuah Studi Literatur. *Pedagogi: Jurnal Penelitian Pendidikan*, 1-18.
- Sugiyono. (2018). *Educational Research Methods Quantitative, Qualitative, and R&D Approaches*. Alfa Beta, 6-46.
- Suryani, N. L. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bangkit Maju Bersama Di Jakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 419.
- Taluke, D. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Spasial*, 531-540.
- Tambunan, N. (2018). Pengaruh Komunikasi Massa Terhadap Audiens. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 24.

- Watie, E. D. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media).  
Jurnal The Messenger, 69.
- Widi, R. (2017). Uji Validitas dan Reliabilitas dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran  
Gigi. Stomatognatic (J.K.G. Unej), 27-34.
- Yulawati, E. (2022). the Influence of Using Instagram @Kemenparekraf.Ri on the Level of  
Understanding of Message Content and Fulfilling Information Needs in the Covid-19  
Pandemic Period. Jurnal Studi Komunikasi dan Media, 47.