

## Efektivitas Akun Instagram @Jakpostimages dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers

<sup>1</sup>Afifatul Laili, <sup>2</sup>Garnis Dewi Rahmawati, <sup>3</sup>Lizha Dzalila

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, UPN Veteran Jawa Timur

Email korespondensi: garnisdera@gmail.com

**Abstract:** *Instagram account @jakpostimages is an online-based news media that provides information about news in Indonesia and in delivering the news in English. The purpose of this research is to find out how effective the @jakpostimages Instagram account is in meeting the information needs of its followers. In this study, the research population was the followers of the @jakpostimages Instagram account. The sample used is as many as 100 people who were taken by non probability sampling technique. Researchers conducted a survey by distributing a questionnaire link to the followers of the @jakpostimages Instagram account through the direct messages feature. This research concludes that the @jakpostimages Instagram account has a high level of effectiveness in providing information to followers based on various factors such as the accuracy and clarity of news, the news language used is easy to understand, and provides satisfaction to followers regarding information that suits their needs.*

**Keywords:** *Effectiveness, Instagram, Information Needs*

**Abstrak:** Akun Instagram @jakpostimages adalah media pemberitaan berbasis online yang memberikan informasi mengenai pemberitaan di Indonesia dan dalam penyampaian beritanya menggunakan Bahasa Inggris. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah mengetahui bagaimana efektivitas akun Instagram @jakpostimages dalam memenuhi kebutuhan informasi para *followers*-nya. Dalam penelitian ini, populasi peneliti adalah *followers* akun Instagram @jakpostimages. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 orang yang diambil dengan teknik non probability sampling. Peneliti melakukan survei dengan menyebarkan link kuesioner kepada para *followers* akun Instagram @jakpostimages melalui fitur *direct messages*. Penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa akun Instagram @jakpostimages memiliki tingkat efektivitas yang tinggi dalam memberikan informasi kepada *followers* yang didasari oleh berbagai faktor seperti akurat dan jelasnya sebuah berita, bahasa berita yang digunakan mudah dipahami, serta memberikan kepuasan kepada para *followers* terkait informasi yang sesuai dengan kebutuhan nya.

**Kata Kunci:** Efektivitas, Instagram, Kebutuhan Informasi

### Pendahuluan

Dalam menjalani kehidupan, kehadiran informasi sangatlah penting bagi setiap individu. Berita adalah informasi mengenai fakta-fakta yang sedang terjadi maupun telah terjadi. Pada era sekarang, teknologi sudah berkembang sangat cepat. Menurut Ngafifi (2014), teknologi memberikan banyak kemudahan dan cara baru manusia dalam beraktivitas. Hal tersebut merupakan salah satu imbas dari adanya globalisasi. Globalisasi memudahkan dalam penyebaran informasi secara cepat, tepat dan aktual. Di era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi informasi semakin pesat dan tidak dapat terhindar dari pengaruhnya (Budiman, 2017).

Jika dulu berita banyak disajikan melalui media cetak seperti koran, majalah, tabloid, atau bulletin, kini berita banyak disajikan lewat media online. Menurut Burhan Abe (2010), Kompas merupakan contoh nyata media cetak terbesar yang melebarkan sayap pada media massa lainnya seperti portal internet dan juga Kompas TV. Nukman Luthfie (2010), menjelaskan bahwa memang sebaiknya sejak lima tahun yang lalu media cetak harus mulai merambah pada media online. Hal itu untuk meraih minat masyarakat terutama generasi muda yang kini tidak akrab dengan media cetak. Dengan memanfaatkan media sosial yang banyak diakses masyarakat seperti Youtube, Instagram, dan Twitter, berita juga bisa disajikan dalam bentuk video interaktif.

Selain Kompas, perusahaan media lain yang memanfaatkan kehadiran *new media* dalam penyampaian beritanya adalah The Jakarta Post. The Jakarta Post merupakan surat kabar nasional Indonesia yang dalam penyampaian beritanya dikemas menggunakan Bahasa Inggris. PT Bina Media Tenggara menerbitkan The Jakarta Post yang melakukan produksi dan berpusat di Jakarta. The Jakarta Post sudah mulai berdiri dan berkembang sejak tahun 1983. Dalam mengikuti perkembangan zaman, The Jakarta Post memanfaatkan beberapa media sosial yang banyak digandrungi oleh masyarakat. Salah satunya adalah Instagram.

The Jakarta Post memulai aktivitas jurnalistiknya dengan media Instagram pada tanggal 16 September 2016. Dalam Instagram, masyarakat dapat mengakses berita The Jakarta Post yang memiliki username @jakpostimages. Akun tersebut sudah memiliki pengikut lebih dari 60.000 orang. Akun tersebut juga aktif dan berkala dalam memberikan informasi terkini bagi para pengikutnya. Akun Instagram @jakpostimages merupakan media jurnalistik yang dalam penyampaiannya menggunakan Bahasa Inggris. Akun Instagram @jakpostimages menyajikan informasi kepada pembacanya dengan berbagai cara yang menarik. Salah satunya adalah series bincang dengan Top Artist seperti Raisa, Nicholas Saputra, dan Nana Mirdad. Hal ini menjadikan akun @jakpostimages menarik untuk dilihat dan dibaca oleh khalayak.

Sementara itu, efektivitas sendiri merupakan situasi di mana kualitas, kuantitas, serta waktu yang sesuai yang dilihat kemudian diukur dari tingkat keberhasilan atau pencapaian suatu tujuan yang sebelumnya telah direncanakan. Dalam komunikasi, dapat dikatakan efektif apabila pengirim pesan memberikan informasi kepada penerima pesan dan pesan dapat diterima dengan sebenarnya sebagaimana yang dimaksudkan sehingga terjadi perubahan perilaku pada penerima pesan. Andre Hardjana (2000) dalam bukunya mengatakan bahwa komunikasi yang efektif adalah yang didalamnya terdapat pihak yang menerima atau memakai (receiver or user), konten atau isi (content), alat untuk menyalurkan (media), format (format), asal atau sumber pesan (source), dan waktu yang sesuai (timing). Sudah banyak penelitian terdahulu yang membahas mengenai efektifitas penyampaian informasi. Pada dasarnya setiap media memiliki cara masing-masing agar penyampaian informasi yang diberikan efektif.

Penelitian tentang efektivitas sendiri sudah banyak diteliti di berbagai bidang, mulai dari ilmu komunikasi hingga di kalangan pemerintahan. Fauziyah dan Rina (2020) misalnya, melakukan penelitian tentang efektivitas dengan judul “Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers”. Pada penelitian tersebut, instagram @infobandungraya sudah sangat efektif dalam memenuhi kebutuhan followers. Terdapat pengaruh dari efektivitas akun Instagram @infobandungraya terhadap pemenuhan kebutuhan followers. Akun Instagram @infobandungraya yang merupakan akun instagram dalam penyebaran informasi seputar kota Bandung. Sementara itu, Faisa Nugra Arifin (2015) menguji efektivitas akun Instagram @filmnasional dalam pemenuhan kebutuhan informasi *followers*-nya. Studi tersebut mengkaji akun instagram @filmnasional yang menyediakan informasi mengenai film–film nasional, baik yang akan ditayangkan maupun yang sudah ditayangkan.

Sama seperti yang dilakukan oleh Fauziyah, Rina (2020) dan Arifin (2015), penelitian yang kami lakukan juga mengukur efektivitas. Akan tetapi terdapat perbedaan antara penelitian kami dan penelitian terdahulu. Perbedaan tersebut, utamanya, terletak pada objek yang diteliti. Pada penelitian ini, kami meneliti akun instagram @jakpostimages yang merupakan akun instagram dari portal berita *mainstream* milik The Jakarta Post. Akun tersebut menyediakan informasi terbaru dari wilayah Jakarta dan juga mengenai peristiwa di seluruh Indonesia. Satu hal yang membuatnya berbeda dengan akun portal berita Indonesia lainnya adalah dalam menyampaikan informasi, akun instagram @jakpostimages menggunakan bahasa Inggris dalam tiap postingannya.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin mengkaji bagaimana efektivitas *new media* dalam menyampaikan berita atau informasi kepada pembacanya. Dalam konteks ini, peneliti ingin mempelajari efektivitas akun @jakpostimages dalam memenuhi kebutuhan informasi *followers*-nya.

Dari rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah mengukur seberapa besar tingkat efektivitas akun *instagram* @jakpostimages dalam kebutuhan pemenuhan informasi *followers*.

Seiring dengan kemajuan zaman dan perkembangan teknologi membuat manusia dimudahkan dalam melakukan komunikasi. Salah satu hal yang menjadi tanda berkembang pesatnya teknologi adalah internet dan media sosial. Para industri teknologi menciptakan aplikasi perangkat lunak untuk mengkolaborasikan komunikasi dan juga koneksi sehingga tercipta koordinasi, komunikasi, dan juga perpaduan jaringan pada konteks yang lebih luas. Aplikasi yang diciptakan oleh para industri teknologi bermacam-macam jenisnya menurut kebutuhan dan kepentingan manusia. Salah satu aplikasi tersebut adalah media sosial. Media sosial menjadi salah satu acuan masyarakat dalam mencari informasi yang mereka butuhkan.

Media social menjadi tempat dimana masyarakat dapat berbagi pengalaman yang berbentuk baik foto maupun video kepada orang lain. Situs We Are Social dan Hootsuite tahun 2020 memberikan informasi terkait pengguna media sosial bahwasannya tercatat sebanyak 3.800 milyar manusia dari seluruh dunia merupakan pengguna media sosial aktif, sedangkan di Indonesia sendiri pengguna media sosial aktif dari seluruh penduduk adalah sebanyak 160 juta manusia. Berbagai macam bidang industri kini memanfaatkan hadirnya media sosial untuk kepentingan industrinya. Seperti halnya perdagangan, kesehatan, pendidikan, dan lainnya. Tidak terkecuali media pemberitaan. Media pemberitaan berawal dengan penggunaan media cetak seperti halnya surat kabar. Namun media cetak mengalami penurunan peminat seiring berkembangnya teknologi yang ada. Masyarakat lebih memilih membaca berita melalui internet dan juga media sosial. Hadirnya media social tentu sangat membantu media pemberitaan yang sinarnya mulai redup. Didik Mashudi (2018) mengatakan bahwa media cetak harus mencari cara sekreatif mungkin agar keberadaannya tidak tergeser dan tetap eksis. Dengan adanya media social merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh media pemberitaan agar tidak termakan zaman dan tetap dapat berkarya.

Salah satu media social yang dimanfaatkan oleh media pemberitaan dalam penyampaian informasi adalah Instagram. Instagram adalah media sosial yang tengah populer pada era sekarang. Munculnya media sosial bertujuan untuk memperluas interaksi antar manusia dengan menggunakan teknologi web atau internet. Definisi dari media sosial sendiri ialah media online yang mempublikasikan video, gambar maupun podcast yang akan disebarakan melalui situs media online (Puntoadi, 2011). Seperti media sosial lainnya, fungsi Instagram adalah mempermudah seseorang dalam menyampaikan dan mendapatkan informasi. Salah satu fungsi dari Instagram adalah untuk menampilkan foto-foto atau video secara langsung atau biasa kita sebut instan. Selain itu, instagram berfungsi untuk menyebarkan informasi kepada orang lain dengan sangat mudah dan cepat. Hal ini diperteguh oleh kata “insta” pada Instagram dan kata “gram” yang diambil dari telegram; di mana itu mengilustrasikan tentang Instagram yang memiliki fungsi untuk menyampaikan informasi secara cepat.

Dengan aplikasi Instagram, seseorang akan dapat dengan mudah untuk menyampaikan informasi kepada *followers* melalui unggahannya sendiri. Seseorang juga bisa mendapatkan informasi dari unggahan akun Instagram orang lain. Dengan menyampaikan informasi, sesama pengguna Instagram dapat menjalin ikatan, banyak juga orang yang menggunakan Instagram untuk menampilkan atau menunjukkan identitasnya kepada orang lain dengan cara mengekspos dirinya

sendiri atau kesehariannya. Selain itu terdapat juga beberapa pengguna Instagram yang hanya mengunggah foto dan video hanya untuk sekedar hiburan (Nasrullah dalam Tutisari et al, 2019).

Saat ini banyak orang yang menggunakan Instagram untuk mendapat keuntungan baik secara langsung atau tidak langsung, contohnya ketika ada sebuah platform berita yang memanfaatkan instagram dengan berbagai fiturnya untuk dijadikan portal baru dalam dunia berita. Berikut ini adalah fitur-fitur Instagram, yaitu: *following*, di mana pengguna Instagram dapat mengikuti pengguna lainnya; *followers*, di mana pengguna lain yang mengikuti akun Instagram pengguna tersebut. Dengan adanya kedua fitur di atas, besar kemungkinan untuk terjadinya komunikasi antara pengguna satu dengan yang lain. Setelah itu, terdapat fitur *direct message*. Di sini, pengguna Instagram dapat mengirimkan pesan secara tertutup kepada sesama pengguna Instagram, baik yang saling mengikuti, ataupun tidak. Pada unggahan foto atau video, Instagram juga menyediakan fitur *like* dan *comment*. *Like* memungkinkan pengguna akun Instagram yang lain untuk menyukai foto atau video yang telah diunggah dan *comment* memungkinkan pengguna akun Instagram lain untuk mengomentari foto atau video yang telah diunggah. Dua fitur tersebut sangat berpengaruh untuk adanya *feedback* dari sesama pengguna Instagram. Selain itu, Instagram juga mengembangkan fitur lainnya, yaitu *Instagram Story*, di mana pengguna dapat memotret atau merekam kejadian yang ada. Unggahan dari foto/video itu dapat bertahan selama 24 jam. Fitur ini juga memiliki filter seperti efek atau bingkai yang unik, untuk memberikan kesan yang foto atau video bagus (Diamond, 2015:296-297)

Dalam menjalani kehidupannya, masyarakat memiliki kebutuhan. Kebutuhan ini tentunya bermacam-macam jenisnya. Setiap individu akan memiliki kebutuhan hidup yang berbeda-beda. Kebutuhan individu ada demi kelancaran kelangsungan hidupnya. Seperti individu butuh makanan dan minuman agar tidak kelaparan dan haus. Salah satu kebutuhan hidup yang penting bagi individu adalah kebutuhan informasi. Setiap individu tentu membutuhkan informasi dalam kehidupan sehari-harinya. Informasi dibutuhkan sebagai pemenuhan kebutuhan, hiburan, pembelajaran, atau pengambilan sebuah keputusan. Informasi juga dibutuhkan sebagai pembenaran atau koreksi dari suatu kejadian, prediksi situasi masa depan, dan juga menambah wawasan dan pengetahuan. Individu secara reflek akan mencari informasi yang sesuai dengan kebutuhannya. Menurut Krech, Crutchfield, dan Ballachey (1962) individu memiliki permasalahan-permasalahan yang ingin diselesaikan dan dipecahkan, karenanya individu akan mencoba untuk mencari cara dan solusi agar masalah tersebut terpecahkan dengan mencari informasi dan pengetahuan.

Dari permasalahan tersebut, ketika individu merasa pengetahuan yang dimilikinya kurang atau tidak cukup, maka ia akan mencoba mencari dan menggali pengetahuan dan informasi tersebut. Adanya ketidaktahuan individu, dan kurangnya wawasan serta keingintahuan yang tinggi cukup untuk membuat individu butuh akan kehadiran berita atau informasi. Darimana kah individu mendapatkan informasi yang dibutuhkan? Sudah jelas tentunya dari sumber-sumber informasi. Sumber informasi ini berfungsi menghadirkan dan memenuhi kebutuhan informasi bagi khalayaknya. Terbagi menjadi beberapa bagian, setiap bagian dari media pemberitaan memiliki fungsi dan tugas masing-masing. Setiap media pemberitaan tentu memiliki keinginan untuk menjadi media pemberitaan terdepan di mata masyarakat. Terdepan yang berarti media pemberitaan yang sangat dibutuhkan dan dinantikan beritanya oleh masyarakat. Terdapat 4 jenis kebutuhan informasi menurut Guha dalam Syaffril (2004:18-19) (dalam Perdana, Rizal dan Khadijah, 2016), yaitu:

1. *Current need approach*, yaitu metode yang digunakan untuk pengguna media yang menggali informasi untuk kepentingan penambahan atau perluasan wawasannya.
2. *Everyday need approach*, yaitu metode bagi pengguna yang perlu memberikan informasi secara cepat, spesifik dan teratur.

3. *Exhaust need approach*, yaitu Metode untuk pengguna yang sangat bergantung pada informasi yang mereka butuhkan.
4. *Catching-up need approach*, yaitu pendekatan untuk mengetahui perkembangan informasi terkini yang memenuhi kebutuhan mereka.

Berdasarkan teori diatas maka dikatakan informasi dapat terpenuhi apabila individu sudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Dalam pemenuhan kebutuhan informasi yang dapat dilakukan untuk mengetahuinya adalah dengan mengidentifikasi kebutuhan informasi dan sumber informasi yang dibutuhkan. Maka dari itu indicator dari terpenuhinya kebutuhan informasi followers akan informasi adalah:

- a. Followers mendapatkan informasi yang jelas, akurat, dan sesuai dengan fakta
- b. Followers dapat memahami isi berita dari penggunaan Bahasa yang mudah dipahami
- c. Followers merasakan kepuasan akan informasi yang diberikan
- d. Followers mendapatkan informasi secara cepat, spesifik, dan rutin
- e. Followers mendapatkan informasi untuk menambah wawasan
- f. Followers mendapatkan informasi yang berpengaruh bagi kehidupan sehari-hari
- g. Followers mendapatkan informasi yang dapat memenuhi kebutuhannya

Indikator tersebut menjadi tolak ukur pemenuhan kebutuhan informasi oleh akun Instagram @jakpostimages terhadap *followers* nya. Ketika indikator tersebut sudah terpenuhi maka dapat dikatakan bahwa kebutuhan informasi dari *followers* akun Instagram @jakpostimages sudah terpenuhi.

Dalam berkomunikasi ada pesan yang diberikan atau ditukar oleh pelaku komunikasi. Dalam proses penyampaian pesannya, terdapat kemungkinan yang dapat terjadi. Kemungkinan tersebut adalah dapat atau tidaknya komunikan menerima dan memahami isi pesan yang disampaikan oleh komunikator. Ketika isi pesan sudah diterima oleh komunikan kemungkinan yang lain juga dapat timbul yaitu berguna atau tidak kah pesan tersebut bagi komunikan. Ketika pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh komunikan serta pesan tersebut bermanfaat dan mengubah perilaku atau pikiran komunikan dapat dikatakan pesan tersebut telah disampaikan secara efektif. Menurut Tubbs dan Moss (1996) bahwa kesenangan, pemahaman, sikap yang terpengaruh, dan hubungan social yang baik serta adanya tindakan adalah hal yang dihasilkan dari komunikasi yang efektif. Menurut Kelman (1975) dari sudut pandang komunikan, komunikasi dikatakan efektif apabila komunikan mengalami proses internalisasi (*internalization*), identifikasi diri (*self identification*), dan ketundukan (*compliance*).

Internalisasi berarti komunikan memperoleh manfaat yang diperoleh dari pesan yang disampaikan dan pesan dapat diterima. Tentunya pesan ini berasal dari komunikator yang terpercaya. Komunikan dalam memilih pesan atau informasi yang akan diambil akan terlebih dahulu melihat siapa yang berbicara atau memberi pesan. Maka dari itu sangatlah penting bagi komunikator memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi serta ahli dalam bidangnya. Identifikasi diri merupakan perubahan sikap oleh komunikan dikarenakan pesan yang disampaikan dan komunikan merasa puas atas pesan yang diberikan. Pesan yang disampaikan akan berpengaruh kepada para komunikan. Berpengaruh yang berarti merubah perilaku dan pikiran komunikan. Ketundukan akan terjadi apabila komunikator memiliki *power* yang kuat di mata komunikan. Sering terjadi pula dalam kasusnya komunikator butuh memiliki kekuatan (*power*) yang kuat sehingga komunikannya taat dan sudah pasti pesan yang disampaikan akan berpengaruh bagi kehidupannya.

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Metode kuantitatif adalah penelitian yang melakukan pengujian dan pengukuran variable yang diteliti untuk menemukan kesimpulan yang ingin diketahui. Subjek penelitian yang digunakan adalah followers akun Instagram @jakpostimages. Subjek penelitian merupakan sumber informasi yang terdiri dari individu, organisme atau benda yang digunakan demi kepentingan pengumpulan data penelitian atau dapat disebut sebagai responden. Sedangkan Objek penelitian yang dijadikan dalam penelitian ini adalah tentang bagaimana informasi yang diberikan oleh akun Instagram @jakpostimages dapat efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi para followersnya. Objek penelitian sendiri memiliki pengertian yaitu suatu hal yang akan diteliti. Peneliti menggunakan followers akun Instagram @jakpostimages sebagai populasi dalam penelitian ini adalah. Dari Instagram @jakpostimages dapat dilihat bahwa ada sebanyak 65.100 (per tanggal 25 Oktober 2020) orang yang menjadi followers akun Instagram tersebut. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel menurut Siregar (2013). Rumus Slovin tersebut sebagai berikut:

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

Keterangan:

n= Sampel yang akan diambil penulis

N= Jumlah Populasi

e= Tingkat kesalahan sampel yang di toleransi

Peneliti menggunakan tingkat kesalahan 10% dengan jumlah followers @jakpostimages mencapai 65.100. Dengan populasi sebanyak ini dan menggunakan rumus Slovin maka dapat dihitung jumlah sampel penelitian ini yaitu:

$$n = \frac{65.100}{1 + 65.100(0,1)^2}$$
$$n = \frac{65.100}{652}$$
$$n = 99,84$$

Diperoleh jumlah sampel minimum yang digunakan dalam penelitian sebanyak 99,84 yang dibulatkan menjadi 100 responden

### Hasil Penelitian

Dalam melakukan penelitian berjudul Efektivitas akun Instagram @Jakpostimages dalam pemenuhan kebutuhan informasi *followers* peneliti melakukan penelitian aktivitas di akun Instagram @jakpostimages, hasil dari penelitian ini di dominasi oleh wanita berusia 16-21 tahun khususnya *followers* akun Instagram @jakpostimages. Untuk keseluruhan efektivitas akun Instagram @jakpostimages dalam pemenuhan kebutuhan informasi followers bisa dikatakan sudah cukup efektif, tujuan dalam membentuknya akun @jakpostimages dalam memberikan informasi untuk *follower* juga sudah terpenuhi, untuk meneliti akun Instagram @jakpostimages lebih lanjut peneliti menggunakan dua teori yaitu teori kebutuhan informasi (guha) dan teori efektivitas (kelman) dengan masing-masing sub variable yaitu *Current need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir), *Everyday need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin), *Exhaustic need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam), *Catching-up need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas) serta internalisasi dan identifikasi diri.

#### 1. Sub variable *Current need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir)

Berdasarkan nilai dari hasil skor analisis untuk sub variable *Current need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir) adalah 393 dan persentase untuk sub variable *Current need approach* adalah 57% yang berada dalam kategori “efektif”. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa *followers* akun Instagram @jakpostimages cukup puas dalam menerima informasi yang diberikan oleh akun instagram @jakpostimages, hal ini juga dapat diartikan bahwa *followers* akun Instagram @jakpostimages merasa telah mendapatkan informasi yang dicari.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa akun instagram @jakpostimages sudah efektif dalam pemberian informasi dan memperluas wawasan bagi *followers* akun Instagram @jakpostimages.

**2. Sub variable *Everyday need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin)**

Berdasarkan nilai dari hasil skor analisis untuk sub variable *Everyday need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin) adalah 382 dan persentase untuk sub variable *Everyday need approach* adalah 59% yang berada dalam kategori “efektif”. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa *followers* akun Instagram @jakpostimages merasa puas dalam mendapatkan informasi yang jelas dan spesifik dan juga mendapatkan informasi yang rutin dan selalu update dalam berita terkini.

**3. Sub variable *Exhaustic need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam)**

Berdasarkan nilai dari hasil skor analisis sub variable *Exhaustic need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam) adalah 357 dan persentase untuk *variable Exhaustic need approach* 44% yaitu hampir memasuki kategori efektif. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa *followers* akun Instagram @jakpostimages belum terlalu puas dalam pemberian informasi dari akun Instagram @jakpostimages jika diimplementasikan ke dalam kehidupan sehari-hari, sehingga akun Instagram @jakpostimages memerlukan lebih banyak sumber lain untuk mendapatkan informasi yang lebih beragam, karena dengan mendapatkan sumber yang Bergama akan menghasilkan pembahasan yang luas sehingga dapat mempengaruhi kehidupan sehari-hari *followers* akun Instagram @jakpostimages

**4. Sub variable *Catching-up need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas)**

Berdasarkan nilai dari hasil skor analisis sub variable *Catching-up need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas) adalah 378 dan persentase untuk *variable Catching-up need approach* adalah 56% dapat dimasukkan kedalam katogeri “efektif”. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @jakpostimages sudah efektif dalam memberikan informasi kepada *followers*, sehingga *followers* merasa puas karena mendapatkan perkembangan terbaru pada suatu informasi yang sesuai dengan kebutuhannya.

**5. Sub variable internalisasi**

Berdasarkan nilai dari hasil skor analisis sub variable internalisasi adalah 380 dan persentase untuk *variable internalisasi* adalah 55% sehingga dapat disimpulkan ini masuk kedalam kategori “efektif”. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @jakpostimages sudah memberikan informasi yang jelas, bermanfaat, dan sesuai dengan apa yang terjadi atau sesuai fakta kepada *followersnya*. Selain itu *followers* juga memilih akun Instagram @jakpostimages karena terlihat akun Instagram @jakpostimages memiliki kredibilitas dalam memberikan informasi dan berita terlihat dari *followers* ketika aktif mengomentari setiap unggahan foto akun Instagram @jakpostimages, sehingga akun Instagram @jakpostimages mendapatkan feedback baik dari *followersnya*.

**6. Sub variable identifikasi diri**

Berdasarkan nilai dari hasil skor analisis sub variable identifikasi diri 386 dan untuk persentase dari sub variable identifikasi diri sebesar 59% yang masuk dalam kategori “efektif”. Dari hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa akun Instagram @jakpostimages sudah menggunakan kata-kata

atau Bahasa yang baik dan benar dalam memberikan informasi sehingga terdapat daya tarik tersendiri kepada *followers* atau pengguna Instagram ketika mengunjungi akun Instagram @jakpostimages. Dan terjadi identifikasi diri kepada komunikan dari komunikator yaitu akun instagram @jakpostimages, menurut responden dari *followers* akun Instagram @jakpostimages, akun @jakpotimages dapat mengemas informasi dengan baik dan kreatif sehingga tidak membuat *followers* akun Instagram @jakpostimages merasa bosan dalam melihat atau membaca berita.

### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan dapat dikatakan bahwa akun @jakpostimages memiliki tingkat keefektifan yang tinggi dalam memberikan informasi kepada *followers*. Pada hasil yang telah didapatkan dari 100 responden yang merupakan *followers* akun instagram @jakpostimages dengan kriteria *followers* aktif dalam melakukan aktivitas pada instagram @jakpostimages seperti like maupun komen, diketahui hasil untuk mengukur efektivitas akun instagram @jakpostimages dalam pemenuhan kebutuhan *followers* menggunakan dua teori dasar yaitu teori efektivitas (kelman) dan juga pemenuhan kebutuhan informasi (Guha) dengan sub variabel internalisasi, identifikasi serta Everyday need approach (Pendekatan Kebutuhan Informasi Harian), Current need approach (Pendekatan Kebutuhan Informasi Terkini), Exhaustic need approach (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam), Catching-up need approach (Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas). Dari perhitungan yang telah didapatkan menggunakan 2 kategori tersebut didapatkan bahwa informasi yang diberikan oleh akun instagram @jakpostimages sudah tersampaikan kepada *followers* dengan sangat baik. Serta Terdapat pengaruh dari efektivitas akun Instagram @jakpostimages terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*, artinya akun instagram @jakpostimages menunjukkan bahwa sudah efektif terhadap pemenuhan kebutuhan *followers*.

### **Daftar Pustaka**

- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Tubbs, S. L. & Moss, S. (2005). *Human Communication: Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Emeraldien, F. Z., Aulia, A. D., & Khelsea, Y. O. (2019). The Use Of Finstagram As A Platform For Self-Disclosure. *JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 2(2), 85-96.
- Kusuma, Satria, "Posisi Media Cetak di Tengah Perkembangan Media Online di Indonesia", *InterAct*, vol 5:1, 2016
- Maribeth, "Maskulinitas Dalam Akun Instagram Influencer Laki-Laki", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol 2:1, 2019
- Helen, Helen, and Farid Rusdi, 'Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers', *Prologia*, 2.2 (2019), 355  
<<https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3712>>
- Arifin, Faisa Nugraha, "Efektivitas Akun Instagram @filmnasional dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers", *e-Proceeding of Management*, vol, 2: 3, 2015.
- Herlina, Novi, "Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @sumbar\_rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat", *JOM FISIP*, vol. 4: 2, 2017.
- Ambar, 2017. *20 Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli* :  
<https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli>
- Andiny, Novia Dianita, dan Gartika Rahmasari, "Efektivitas Akun Komunitas @1000\_guru\_bdg dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers", *PROfesi Humas*, vol. 3 : 1, 2018.

- Fauziah, Siti Nurbaiti dan Nofha Rina, "Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Infomasi Followers" , MEDIALOG , 2020.
- Arifin , Faisa Nugra, "Efektivitas Akun Instagram @filmnasional Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*" , e-Proceeding of Management, vol 2: 3, 2015.
- Helen, Farid Rusdi, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers"
- Griselda, Shevina. 2018. "Efektivitas Aakun Instagram @komplek.hindunanisah Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pesantren *Tahfidz*". Skripsi. Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Wulandari, Asri dan Nur Latifah Lutfiyati. "Efektivitas Penggunaan Akun Instagram @Larissacenter Sebagai Media Beriklan Larissa Aesthetic Center Berdasarkan Metode *Customer Response Index (CRI)*" , Channel Jurnal Komunikasi, vol 6 : 2, 2018.
- Herawati, Siska. 2019. "Efektivitas Akun Instagram @lokerpalembang\_terbaru Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Masyarakat Palembang". Skripsi. FISIP, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Sriwijaya.
- Wijaya, Sastra (2010, 12 Maret). Media Cetak Bersaing Dengan Internet. Diakses pada 24 November 2020, dari [https://www.bbc.com/indonesia/laporan\\_khusus/2010/03/100312\\_mediainternet](https://www.bbc.com/indonesia/laporan_khusus/2010/03/100312_mediainternet)
- Helmy, Yunan. (2018, 9 November). Penjualan Koran dan Majalah Lesu karena Serbuan Media Online. Diakses pada 25 November 2020, dari <https://jatimtimes.com/baca/182322/20181109/121500/penjualan-koran-dan-majalah-lesu-karena-serbuan-media-online>
- Ngafifi, Muhamad. (2014). KEMAJUAN TEKNOLOGI DAN POLA HIDUP MANUSIA DALAM PERSPEKTIF SOSIAL BUDAYA. Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi. 2. 10.21831/jppfa.v2i1.2616.
- Budiman, Haris. (2017). Peran Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Pendidikan. Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam. 8. 31. 10.24042/atjpi.v8i1.2095.
- Syabrina, R. A. N. (2018). *Efektivitas dan efisiensi komunikasi pada penyelenggaraan festival damar kurung gresik tahun 2017* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).