

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* Mengenai Berita *Esports* (Survei Pada *Followers* Instagram @duniagames.co.id)

¹Rianto, ²Meisyanti
^{1,2}Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Indonesia Y.A.I, Jakarta
E-mail: riantomg@gmail.com, meisyanti@upi-yai.ac.id

ABSTRAK

Penyebaran informasi di era digital berkembang pesat, terutama melalui media sosial yang mempermudah akses berita, termasuk berita mengenai *esports*. Instagram menjadi salah satu *platform* utama dalam menyebarkan informasi seperti akun @duniagames.co.id yang menjadi sumber informasi bagi penggemar *esports* dalam memenuhi kebutuhan informasi mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh penggunaan media sosial Instagram @duniagames.co.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai berita *esports* dan untuk mengetahui besar pengaruh penggunaan media sosial Instagram @duniagames.co.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai berita *esports*. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications*. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan jenis penelitian eksplanatif dan metode penelitian survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram @duniagames.co.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai berita *esports* dan penggunaan media sosial Instagram @duniagames.co.id berkontribusi 55.3% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai berita *esports*, sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lainnya.

Kata Kunci: *Penggunaan Media Sosial, Instagram, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, @duniagames.co.id, Esports*

ABSTRACT

In the digital age, information is spreading quickly, particularly through social media, which makes it easier to obtain news, including esport news. Instagram has emerged as one of the primary channels for information sharing. One example of this is the @duniagames.co.id account, which provides esports enthusiasts with the information they need. This study intends to ascertain and elucidate the impact of using Instagram social media @duniagames.co.id on meeting followers' informational needs about esports news, as well as the degree to which using Instagram social media @duniagames.co.id has an impact on meeting followers' informational needs. The Uses and Gratifications theory is applied in this study. Quantitative research methodology is employed, utilizing survey and explanatory research techniques. The study's findings show that using Instagram social media @duniagames.co.id has an impact on meeting followers' information needs about esports news. Specifically, using Instagram social media @duniagames.co.id contributes 55.3% to meeting followers' information needs about esports news, with other factors influencing the remaining portion.

Keywords : *Use of Social Media, Instagram, Fulfillment of Information Needs, @duniagames.co.id, Esports.*

1. PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain, baik secara langsung maupun melalui media, dengan tujuan

memberikan informasi atau memengaruhi sikap, opini, atau perilaku (Effendy dalam Herlina, et al., 2023). Melalui komunikasi yang efektif, pesan yang disampaikan dapat lebih mudah dipahami dan diterima,

sehingga hubungan sosial dapat berjalan dengan lancar.

Seiring dengan kemajuan teknologi, metode komunikasi manusia terus berkembang. Teknologi komunikasi kini memungkinkan manusia untuk terhubung secara lebih cepat dan efisien, bahkan ketika berada dalam jarak yang sangat jauh. Dari bentuk komunikasi tradisional seperti surat-menyurat, kini telah memasuki era komunikasi digital yang lebih modern dan instan. Media baru muncul sebagai bentuk integrasi teknologi digital yang memungkinkan komunikasi dua arah, berbasis komputasi, serta bersifat partisipatif (Nugroho, 2020). Penggunaan internet telah memunculkan berbagai *platform* komunikasi, seperti situs *web*, aplikasi, dan media sosial, yang memungkinkan pengguna memperoleh informasi kapan saja dan di mana saja.

Salah satu bentuk media baru yang berkembang pesat adalah media sosial. Menurut Nugroho (2020), media sosial berfungsi sebagai jembatan komunikasi sosial, yaitu media *online* yang memungkinkan masyarakat untuk berbagi cerita, berpartisipasi, bertukar informasi, dan membangun jaringan (*network*). Saat ini, media sosial telah menjadi salah satu sumber informasi utama bagi masyarakat. Penggunaannya yang terus meluas membuat media sosial menjadi alat komunikasi penting, baik untuk kepentingan pribadi, bisnis, maupun publik. Data dari Hootsuite dan We Are Social (2024) mencatat terdapat 167 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia, dengan durasi rata-rata penggunaan 3 jam 11 menit per hari.

Instagram adalah salah satu media sosial paling popular. Dengan menggunakan Instagram memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, memberikan efek melalui filter digital, dan membagikan hasilnya ke berbagai *platform*, termasuk Instagram itu sendiri (Situmeang, 2020). Instagram kini tidak hanya digunakan untuk berbagi momen pribadi, tetapi juga sebagai sarana

menyebarluaskan informasi berita dalam berbagai bidang, seperti bisnis, hiburan, dan olahraga.

Media sosial Instagram kini menjadi sumber utama informasi, seperti halnya berita. Berita yang merupakan hasil pelaporan dari kejadian-kejadian kehidupan sehari-hari, harus mencakup informasi mengenai peristiwa terbaru yang dianggap penting dan menarik (S. Cahya, 2018). Dulu, berita disampaikan melalui surat kabar, televisi, dan radio dengan pola komunikasi yang lebih satu arah dan seringkali lambat dalam menyampaikan informasi terbaru. Namun, saat ini masyarakat lebih memilih *platform* digital, terutama media sosial, untuk memperoleh berita secara *real-time*. Kecepatan penyebaran berita di media sosial menjadi salah satu keunggulan yang tak terbantahkan, memungkinkan pengguna untuk mendapatkan informasi terkini dalam hitungan menit setelah peristiwa terjadi, sering disertai dengan gambar, video, atau analisis langsung dari lokasi kejadian. Algoritma media sosial juga memprioritaskan berita yang sesuai dengan minat dan interaksi pengguna, memudahkan mereka untuk mengakses topik yang relevan dengan cepat dan mudah.

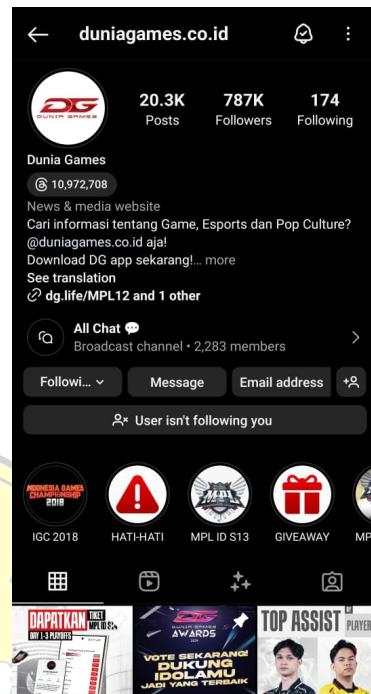
Keberadaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari tidak dapat dipisahkan dari proses komunikasi, interaksi, dan kolaborasi antar individu. Media sosial memberi cara yang lebih cepat dan efisien dalam pertukaran informasi melalui jaringan internet, yang telah mengubah cara kita berkomunikasi dan berkolaborasi. Chris Heuer (Solis dalam Kinanti & Putri, 2017) mengemukakan empat konsep utama dalam penggunaan media sosial untuk mengukur efektivitas penggunaannya: konteks (bagaimana pesan dibingkai), komunikasi (bagaimana pesan disampaikan dan dikembangkan), kolaborasi (kerja sama untuk meningkatkan efektivitas), dan koneksi (hubungan yang dibangun dan

dipertahankan). Keempat elemen ini sangat penting dalam menciptakan komunikasi yang efektif di media sosial, termasuk di *platform* seperti Instagram.

Berbagai *platform* media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai penyedia informasi utama yang memudahkan pengguna mendapatkan informasi yang lebih lengkap, cepat, dan akurat sesuai dengan kebutuhan mereka. Fleksibilitas ini memungkinkan pengguna untuk mengeksplorasi berbagai sumber, memenuhi kebutuhan informasi dalam berbagai dimensi, serta meningkatkan kepuasan dan keterlibatan dengan media yang digunakan.

Tidak hanya itu, *platform* media sosial juga menyediakan ruang bagi pengguna untuk menyesuaikan pengalaman mereka dengan mengikuti akun atau halaman yang sesuai dengan minat mereka. Misalnya, seseorang yang tertarik pada berita *esports* dapat dengan mudah mengikuti akun-akun yang menyajikan informasi terkait industri ini. *Esports* sendiri telah menjadi salah satu industri yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, dan media sosial berperan besar dalam penyebarluasan informasi, baik itu berita kompetisi, perkembangan pemain, maupun konten-konten terkait permainan.

Definisi *Esports* adalah olahraga yang bertema permainan komputer yang melibatkan aktivitas fisik manusia dan keterampilannya secara digital dengan perangkat elektronik (Hemphill, 2005). Audi E. Prasetyo (2017) (Aji, 2022) mengutarakan bahwa *esports* atau *electronic sport* adalah bidang olahraga yang menggunakan *game* sebagai bidang kompetitif utama. Melalui media sosial, penggemar *esports* bisa mendapatkan informasi dan berita terbaru yang spesifik dan sesuai dengan minat mereka, sehingga kebutuhan informasional mereka dapat terpenuhi secara efektif.



Gambar 1. Profil Instagram @duniagames.co.id

Sumber:

<https://www.instagram.com/@duniagames.co.id>

Di Instagram terdapat satu akun yang terus memberitakan mengenai *esports* yaitu @duniagames.co.id. Akun Instagram @duniagames.co.id telah berkembang menjadi salah satu pusat informasi paling lengkap dan terbaru seputar dunia *esports* di Indonesia. Akun @duniagames.co.id, yang berada di bawah naungan Telkomsel, berperan sebagai penyedia informasi terkemuka dalam dunia *esports*, menawarkan beragam konten mulai dari berita kompetisi, pembaruan turnamen, hingga analisis mendalam tentang strategi permainan. Dari observasi awal yang peneliti lakukan terkait dengan akun Instagram @duniagames.co.id, peneliti melihat akun ini menawarkan cakupan yang luas, menjadikannya referensi utama bagi penggemar dan pelaku industri *esports*. Strategi konten yang digunakan oleh @duniagames.co.id juga memainkan peran penting dalam membangun kredibilitasnya. Akun ini memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti *Stories*, *Reels*,

dan *Broadcast Channel* untuk menyajikan konten yang variatif dan interaktif, seperti liputan langsung turnamen, *live streaming* pertandingan, dan wawancara dengan pemain profesional. Selain itu jumlah pengikut yang besar, mencapai 795 ribu per Oktober 2024, menunjukkan bahwa akun ini mampu menarik audiens yang beragam, baik dari segi usia, profesi, maupun latar belakang.

Beberapa studi sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh dalam pemenuhan kebutuhan informasi, seperti penggunaan TikTok sebagai media berita nasional pada penelitian yang dilakukan oleh Awaliya (2022) dan penggunaan Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik yang dilakukan oleh Fatin (2024). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial menjadi salah satu hal yang penting dan berpengaruh dalam memenuhi kebutuhan informasi seseorang.

Melihat latar belakang masalah di atas maka penelitian ini mensurvei *followers* akun Instagram @duniagames.co.id. karena mereka adalah individu-individu yang sangat mungkin terdampak dari penggunaan media sosial akun Instagram @duniagames.co.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi yang mereka butuhkan.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram @duniagames.co.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai berita *esports*? dan Berapa besar pengaruh penggunaan media sosial Instagram @duniagames.co.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai berita *esports*?

Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh penggunaan media sosial Instagram @duniagames.co.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai berita *esports* dan

untuk mengetahui besar pengaruh penggunaan media sosial Instagram @duniagames.co.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai berita *esports*.

2. LANDASAN TEORI

Teori *Uses and Gratification*

Teori *Uses and Gratifications* atau Penggunaan dan Gratifikasi adalah teori di mana keaktifan individu dalam mencari atau menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhan individualnya. Khalayak menggunakan media untuk pemenuhan harapan-harapannya. Khalayak aktif menyeleksi media dan isi media untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Inti teori ini berusaha menjelaskan kegunaan dan fungsi media bagi individu, kelompok, dan masyarakat pada umumnya (Hadi, 2020).

Dalam penggunaan media, khalayak dipandang sebagai peserta aktif yang berperan penting, dengan tujuan tertentu dalam memilih media yang mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Menurut Katz, dkk (Situmeang, 2020), beberapa jenis kebutuhan yang dapat dipenuhi oleh media antara lain mencakup dimensi kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, dan pelarian.

Teori *Uses and Gratifications* menawarkan kerangka kerja untuk memahami kondisi di mana individu, sebagai pengguna media, menjadi lebih atau kurang aktif dalam memilih media yang sesuai dengan kebutuhan mereka serta intensitas keterlibatannya. Katz, dkk merumuskan lima asumsi utama terkait teori ini (West & Turner, 2017): Khalayak dianggap sebagai entitas aktif yang memiliki tujuan spesifik dalam penggunaan media massa; Inisiatif untuk memilih media yang dapat memenuhi kebutuhan informasi bergantung pada keputusan individu; Media bersaing dengan berbagai sumber lain untuk dapat memenuhi kebutuhan khalayak; Pengguna media memiliki kesadaran yang

cukup tentang motivasi, minat, dan cara mereka memanfaatkan media, yang memungkinkan mereka memberikan gambaran akurat kepada peneliti tentang manfaat media yang mereka peroleh; Hanya khalayak yang dapat memberikan penilaian akhir terhadap konten media yang mereka konsumsi.

Dari penjelasan di atas menegnai teori *Uses and Gratifications*, peneliti dapat menyimpulkan bahwa teori ini sebagai pendekatan yang menekankan peran aktif khalayak dalam pemanfaatan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu yang mereka miliki. Dalam kerangka ini, khalayak tidak hanya dipandang sebagai penerima pasif, melainkan sebagai pengguna yang memilih media secara selektif berdasarkan tujuan dan kebutuhan spesifik, seperti memperoleh informasi, hiburan, atau membangun interaksi sosial. Oleh karena itu, fokus utama dari teori ini adalah pada tindakan dan inisiatif pengguna terhadap media, yang mereka anggap mampu menyediakan manfaat atau pemenuhan yang sesuai dengan kebutuhan individual.

Penggunaan Media Sosial

Keberadaan media khususnya media sosial, telah menjadi fenomena global yang sangat berpengaruh dalam kehidupan komunikasi manusia. Penggunaan media dapat dipahami sebagai pemanfaatan sarana untuk menyampaikan pesan.

Penggunaan media berarti memanfaatkan sarana komunikasi untuk mengirimkan pesan dari komunikator kepada komunikan. Dengan adanya media sosial, individu kini dapat berinteraksi, berkomunikasi, dan berkolaborasi dengan cara yang lebih inovatif. Transformasi ini telah mengubah dinamika komunikasi, memfasilitasi pertukaran informasi yang lebih cepat dan lebih luas, serta memungkinkan orang terhubung secara lebih efisien. *Platform* media sosial memungkinkan pertukaran data dan komunikasi langsung melalui jaringan

internet, menjadikannya alat yang sangat efektif untuk berinteraksi di dunia digital (Arifianto & Juditha, 2017).

Chris Heuer yang dikutip oleh Solis (Kinanti & Putri, 2017), mengemukakan empat konsep utama yang perlu diperhatikan dalam penggunaan media sosial:

- a. Konteks: Menentukan bagaimana cerita disajikan, termasuk pemilihan bahasa dan isi pesan yang disampaikan.
- b. Komunikasi: Berkaitan dengan berbagi cerita serta mendengarkan, merespons, dan mengembangkan pesan untuk menyampaikan informasi dengan baik.
- c. Kolaborasi: Mengutamakan kerja sama antara pihak-pihak yang terlibat untuk mencapai hasil yang lebih baik dan meningkatkan efisiensi serta efektivitas.
- d. Koneksi: Menyentuh bagaimana hubungan yang terjalin dapat dipelihara dan diperkuat melalui tindakan yang berkelanjutan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa untuk mencapai komunikasi yang efektif dan efisien di media sosial, keempat elemen komunikasi tersebut harus diintegrasikan dengan baik. Keempat aspek ini menjadi sangat penting agar media sosial dapat memenuhi kebutuhan manusia secara optimal.

Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Informasi merupakan salah satu kebutuhan mendasar manusia yang berfungsi untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang berbagai hal. Media sosial menjadi salah satu alat yang digunakan manusia untuk memenuhi kebutuhan ini. Setiap individu memiliki kebutuhan informasi yang berbeda, bergantung pada minat dan keperluan masing-masing.

Gupta, Sleezer dan Russ-Eft (Dorner, Gorman, & Calvert, 2014) menjelaskan bahwa kebutuhan (*need*) adalah kesenjangan antara kondisi saat ini

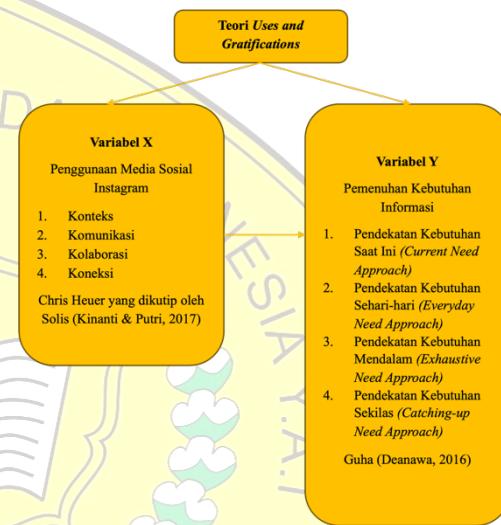
dengan kondisi yang diinginkan. Dorner, Gorman, & Calvert (2014) juga menyatakan bahwa kebutuhan informasi merupakan proses analisis yang bertujuan memahami data yang dibutuhkan oleh individu atau kelompok dalam konteks tertentu untuk mencapai suatu tujuan. Proses ini melibatkan identifikasi, pengumpulan, dan penerapan informasi yang sesuai dengan permasalahan yang ada, sehingga dapat membantu dalam memenuhi tujuan informasi dalam lingkungan tertentu.

Guha (Deanawa, 2016) mengidentifikasi empat jenis pendekatan untuk memenuhi kebutuhan informasi sebagai berikut:

- a. Pendekatan Kebutuhan Saat Ini (*Current Need Approach*): Pendekatan ini berkaitan dengan kebutuhan pengguna informasi yang bersifat terbaru. Pengguna berinteraksi dengan sistem informasi secara umum untuk memperdalam pemahaman mereka. Jenis pendekatan ini membutuhkan interaksi berkelanjutan antara pengguna dan sistem informasi.
- b. Pendekatan Kebutuhan Sehari-hari (*Everyday Need Approach*): Pendekatan ini mencakup kebutuhan pengguna akan informasi yang spesifik dan cepat, biasanya terkait dengan informasi rutin yang sering dihadapi oleh pengguna.
- c. Pendekatan Kebutuhan Mendalam (*Exhaustive Need Approach*): Pendekatan ini berkaitan dengan kebutuhan informasi yang sangat mendetail, di mana pengguna sangat bergantung pada informasi yang relevan, spesifik, dan menyeluruh untuk memenuhi kebutuhannya.
- d. Pendekatan Kebutuhan Sekilas (*Catching-up Need Approach*): Jenis pendekatan ini ditujukan pada kebutuhan pengguna akan informasi yang ringkas namun lengkap, terutama terkait perkembangan terbaru dalam topik tertentu yang relevan.

Dari berbagai teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa informasi merupakan kebutuhan esensial bagi manusia, digunakan untuk memperkaya pengetahuan dan memenuhi berbagai tujuan hidup. Media sosial memfasilitasi kebutuhan ini dengan menyediakan akses cepat dan luas terhadap informasi. Setiap individu memiliki kebutuhan informasi yang berbeda-beda.

Kerangka Pemikiran



Gambar 2. Kerangka Pemikiran
Sumber: Olahan Peneliti

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh penggunaan media sosial Instagram @duniagames.co.id sebagai sumber berita terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai berita *esports*. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications*, di mana teori ini sebagai pendekatan yang menekankan peran aktif khalayak dalam pemanfaatan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Dalam kerangka ini, khalayak tidak hanya dipandang sebagai penerima pasif, melainkan sebagai pengguna yang memilih media secara selektif berdasarkan tujuan dan kebutuhan spesifik, seperti memperoleh informasi, hiburan, atau membangun interaksi sosial.

Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah pengaruh penggunaan media sosial Instagram @duniagames.co.id, dengan variabel yang digunakan berdasarkan konsep dari Chris Heuer yang dikutip oleh Solis (Kinanti & Putri, 2017), yaitu: Konteks, Komunikasi, Kolaborasi, dan Koneksi.

Sedangkan variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai berita *esports*, dengan variabel yang digunakan berdasarkan empat pendekatan kebutuhan informasi yang dijelaskan oleh Guha (Deanawa, 2016), yaitu: Pendekatan Kebutuhan Saat Ini (*Current Need Approach*), Pendekatan Kebutuhan Sehari-hari (*Everyday Need Approach*), Pendekatan Kebutuhan Mendalam (*Exhaustive Need Approach*), dan Pendekatan Kebutuhan Sekilas (*Catching-up Need Approach*).

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

- Ha : Terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram @duniagames.co.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai berita *esports*.
- Ho : Tidak terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram @duniagames.co.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai berita *esports*.

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Cooper dan Schindler (Lubis, 2021) mendeskripsikan bahwa riset kuantitatif adalah usaha mengukur suatu fenomena secara akurat. Sugiyono (2021) juga menyatakan bahwa metode kuantitatif memiliki pandangan bahwa setiap objek yang diteliti harus dapat diamati (*observable*) dan terukur (*measurable*).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksplanatif.

Kriyantono (2021) menjelaskan bahwa penelitian eksplanatif memiliki beberapa tujuan spesifik, antara lain: Menguji prinsip-prinsip prediksi dari teori yang ada; Mengelaborasi satu teori dengan teori lain; Memperluas penerapan teori pada topik atau isu yang baru; Mendukung atau menolak penjelasan atau prediksi suatu teori; dan Meneliti kembali hasil penelitian eksploratif atau deskriptif dengan fokus pada pertanyaan “mengapa”. Penelitian eksplanatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai hubungan dan perbedaan antarvariabel, serta melihat pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya dalam konteks yang lebih luas.

Peneliti menggunakan metode survei dalam penelitian ini. Kriyantono (2021) menjelaskan bahwa survei adalah metode riset yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data, yang disebarluaskan kepada sejumlah sampel yang dipilih dari populasi tertentu. Metode ini bertujuan untuk mengukur kepercayaan, sikap, nilai, atau perilaku responden. Sugiyono (2021) juga menyatakan bahwa survei adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data primer. Hakim (2016) menjelaskan bahwa kuesioner biasanya berisi pertanyaan yang dirancang secara rinci dan lengkap, dengan mengacu pada variabel yang diteliti dalam penelitian tersebut. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dengan studi pustaka, di mana peneliti memanfaatkan berbagai sumber literatur yang relevan, seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, dan sumber terpercaya lainnya. Kemudian peneliti juga menggunakan dokumentasi dan internet guna mendapatkan data

pendukung sebagai data pelengkap dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah *followers* akun Instagram @duniagames.co.id, yang tercatat memiliki 810.000 akun (13 Desember 2024). Populasi ini dipilih karena relevan sebagai pengguna aktif informasi berita esports, sesuai dengan fokus penelitian yang mengeksplorasi pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Dari populasi tersebut didapatkan jumlah sampel 100 orang yang dihitung dengan menggunakan rumus Yamane. Sedangkan teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan jenis teknik Sampling Kebetulan (*Accidental Sampling*) yaitu metode penentuan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dan dianggap sesuai dengan kriteria sebagai sumber data. Teknik ini sangat fleksibel, memungkinkan peneliti untuk memanfaatkan individu yang ditemui selama proses penelitian (Sinambela & Sinambela, 2021).

Data dianalisis menggunakan Uji Tingkat Pencapaian Responden (TCR), Uji Korelasi Pearson, Uji Regresi Linier Sederhana, Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis (Uji t). Dari hasil *pre-test* yang dilakukan oleh peneliti didapatkan bahwa 27 pernyataan pada variabel Penggunaan Media Sosial (X) Instagram dan 25 pernyataan pada variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) adalah valid dan reliabel.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari 100 responden yang diberikan kuesioner didapatkan hasil sebagai berikut:

Tingkat Pencapaian Responden (TCR)

Berdasarkan hasil analisis Tingkat Pencapaian Responden (TCR) pada

variabel Penggunaan Media Sosial Instagram @duniagames.co.id, rata-rata TCR untuk variabel X, yaitu mencapai 80,1%, yang termasuk dalam klasifikasi tingkat responden tinggi. Sedangkan rata-rata TCR untuk variabel Y, yaitu pemenuhan kebutuhan informasi berita esports, mencapai 81,4%, yang termasuk dalam kategori tingkat capaian responden tinggi.

Uji Korelasi

Tabel 1. Hasil Uji Korelasi
Correlations

	X	Y
X	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y	Pearson Correlation	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Diolah dengan SPSS 26

Dari tabel 1 diperoleh nilai *Pearson Correlation* sebesar 0,744. Dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Nilai *Pearson Correlation* sebesar 0,744 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X dan Y termasuk dalam kategori tingkat hubungan kuat.

Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients ^a					
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
		Beta	t	Sig.		
1	(Constant)	41.295	5.551	7.440	.000	
	X	.558	.051	.744	11.016	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan hasil perhitungan yang tercantum pada Tabel 2, persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 41,295 + 0,558X$$

Dari persamaan regresi tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstan (a) sebesar 41,295 menunjukkan nilai tetap atau konsisten dari variabel X, yaitu penggunaan media sosial Instagram. Nilai konstan ini menggambarkan nilai awal atau dasar yang tidak terpengaruh oleh perubahan pada variabel X (Ghozali, 2018).
- Nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,558 menunjukkan bahwa setiap perubahan satu unit pada variabel X (penggunaan media sosial Instagram @duniagames.co.id) akan menyebabkan perubahan rata-rata sebesar 0,558 pada variabel Y, yaitu pemenuhan kebutuhan informasi berita esports. Karena nilai koefisien regresi ini positif, dapat disimpulkan bahwa variabel X memiliki pengaruh positif terhadap variabel Y (Usman & Akbar, 2020).

Koefisien Determinasi

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.744 ^a	.553	.549	8.384

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan perhitungan pada Tabel 3, nilai korelasi (R) yang diperoleh adalah 0,744, dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,553 atau 55.3%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel X, yaitu penggunaan media sosial Instagram @duniagames.co.id, berkontribusi sebesar 55.3% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers mengenai berita esports (variabel Y). Sementara itu, 44.7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

Uji t (Uji Hipotesis)

Tabel 4. Hasil Uji t (Uji Hipotesis)

Coefficients^a

Model	B	Std. Error	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
			Beta	Standardized Coefficients		
1	(Constant)	41.295	5.551		7.440	.000
	X	.558	.051	.744	11.016	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Diolah dengan SPSS 26

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- Ha : Terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram @duniagames.co.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers mengenai berita esports.
- Ho : Tidak Terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram @duniagames.co.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers mengenai berita esports.

Hasil analisis pada Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 11,016. Karena t hitung (11,016) lebih besar daripada t tabel (1,98447), maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak yang berarti penggunaan media sosial Instagram @duniagames.co.id berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers mengenai berita esports.

Pembahasan

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers Mengenai Berita Esports (Survei pada Followers Akun Instagram @duniagames.co.id).” Peneliti tertarik melakukan penelitian ini karena kemudahan pada penggunaan media sosial dalam akses informasi di era digital, di mana media sosial berperan signifikan dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.

Perkembangan teknologi informasi telah menghadirkan internet sebagai sarana utama untuk mendapatkan

informasi secara cepat dan mendalam dari berbagai belahan dunia, termasuk melalui *platform* media sosial seperti Instagram. Selain itu, meningkatnya jumlah orang yang bermain *game* di berbagai kalangan masyarakat, mulai dari remaja hingga dewasa, telah menciptakan fenomena global di dunia *gaming*. Popularitas *game* ini turut mendorong lahirnya berbagai turnamen *esports* berskala nasional hingga internasional, menjadikannya industri yang berkembang pesat. Media sosial seperti Instagram memainkan peran penting dalam menyampaikan berita terkait *esports*, mulai dari informasi turnamen, profil tim, hingga strategi permainan yang semakin menarik minat para pengikut dan komunitas *gamer* untuk tetap terhubung dengan perkembangan terkini.

Akun Instagram @duniagames.co.id memanfaatkan *platform* Instagram untuk menyampaikan informasi mengenai *esports* kepada para *followers*-nya. Dunia Games adalah *platform* asal Indonesia yang didirikan oleh Telkomsel pada 2013. Fokus utamanya adalah menyediakan layanan seputar *game*, termasuk ulasan, pembahasan, pengunduhan *game*, pembelian kupon, serta *item game online*. Dunia Games memperkenalkan sistem pembayaran inovatif seperti *Direct Carrier Billing*, yang berkembang menjadi Jajan *Online* untuk memudahkan transaksi melalui pulsa di Google Play Store. Selain itu, Dunia Games mendukung ekosistem *esports* melalui Indonesia *Games Championship*, kompetisi tahunan sejak 2017, yang menjadi ajang bagi gamer dan atlet *esports* Indonesia. Akun Instagram @duniagames.co.id menjadi media utama dalam menyebarkan informasi terkini tentang *game*, *esports*, dan budaya pop. Dengan lebih dari 21.000 unggahan, akun ini aktif memberikan konten informatif, kuis, *giveaway*, serta diskusi interaktif, yang meningkatkan keterlibatan dan loyalitas pengikutnya.

Keberadaan media sosial ini memungkinkan penyampaian pesan yang lebih cepat, interaktif, dan luas sehingga penggunaan media sosial menjadi hal yang dilakukan oleh banyak orang. Penggunaan media sosial adalah pemanfaatan sarana komunikasi untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Media sosial memungkinkan individu berinteraksi, berkomunikasi, dan berkolaborasi secara inovatif, mempercepat serta memperluas pertukaran informasi. Dengan akses internet, media sosial menjadi alat efektif untuk komunikasi langsung di dunia digital (Arifianto & Juditha, 2017).

Chris Heuer, seperti yang dikutip oleh Solis (Kinanti & Putri, 2017), mengemukakan empat konsep utama yang harus diperhatikan dalam penggunaan media sosial, yaitu konteks, komunikasi, kolaborasi, dan koneksi. Keempat konsep ini menjadi pedoman dalam menciptakan interaksi yang efektif di media sosial, dengan tujuan tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga membangun hubungan yang bermakna dengan audiens.

Komunikasi melalui media sosial khususnya Instagram memberikan peluang bagi akun @duniagames.co.id untuk memenuhi kebutuhan informasi para *followers*-nya mengenai *esports*. Informasi, sebagai salah satu kebutuhan dasar manusia, berfungsi untuk menambah wawasan dan pengetahuan. Deanawa (2016) menjelaskan di mana kebutuhan informasi dapat diartikan sebagai keinginan atau dorongan untuk memperoleh data, fakta, atau pengetahuan tertentu yang membantu seseorang dalam membuat keputusan, menyelesaikan masalah, atau memenuhi rasa ingin tahu. Dalam penelitian ini, pemenuhan kebutuhan informasi *esports* juga menjadi fokus utama yang dianalisis. Guha (Deanawa, 2016) mengidentifikasi empat jenis pendekatan untuk memenuhi kebutuhan informasi, yaitu pendekatan kebutuhan saat ini (*current need*

approach), pendekatan kebutuhan sehari-hari (*everyday need approach*), pendekatan kebutuhan mendalam (*exhaustive need approach*), dan pendekatan kebutuhan sekilas (*catching-up need approach*).

Instagram sebagai salah satu media sosial yang digunakan oleh @duniagames.co.id telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam memenuhi kebutuhan informasi *esports* bagi para *followers*-nya. Dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti unggahan foto, video, dan interaksi langsung melalui kolom komentar atau pesan, Instagram mempermudah proses komunikasi antara akun dan audiens. Media sosial tidak hanya menjadi saluran komunikasi, tetapi juga alat untuk membangun komunitas yang memiliki minat yang sama terhadap *esports*. Dalam hal ini, Instagram memungkinkan distribusi informasi yang lebih luas, cepat, dan efektif, sehingga menjadi *platform* yang relevan dalam memenuhi kebutuhan informasi para penggemar *esports*. Akun @duniagames.co.id tidak hanya berperan sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai medium interaksi yang memperkuat hubungan antara komunikator dan komunikan. Transformasi penyampaian informasi melalui media sosial menjadi bukti nyata bahwa teknologi dapat mendukung dan mempercepat proses pemenuhan kebutuhan informasi di era digital saat ini.

Dari hasil analisis Tingkat Pencapaian Responden (TCR) pada variabel Penggunaan Media Sosial Instagram @duniagames.co.id, rata-rata TCR untuk variabel X, adalah 80,1%, yang termasuk dalam klasifikasi tinggi. Sedangkan rata-rata TCR untuk variabel Y, yaitu pemenuhan kebutuhan informasi berita *esports*, mencapai 81,4%, yang juga termasuk dalam kategori tinggi.

Berdasarkan hasil uji korelasi menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,744. Nilai ini mencerminkan tingkat hubungan yang kuat antara penggunaan media sosial

Instagram @duniagames.co.id dan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai berita *esports*. Selanjutnya, berdasarkan hasil regresi linear sederhana yang diperoleh dari 100 responden, hasilnya adalah nilai konstan (a) sebesar 41,295 menunjukkan nilai tetap atau konsisten dari variabel X, yaitu penggunaan media sosial Instagram. Kedua, nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,558 menunjukkan bahwa setiap perubahan satu unit pada variabel X yaitu penggunaan media sosial Instagram @duniagames.co.id akan menyebabkan perubahan rata-rata sebesar 0,558 pada variabel Y, yaitu pemenuhan kebutuhan informasi berita *esports*. Karena nilai koefisien regresi ini positif, dapat disimpulkan bahwa variabel X memiliki pengaruh positif terhadap variabel Y (Usman & Akbar, 2020).

Selanjutnya, berdasarkan perhitungan koefisien determinasi (R^2) didapatkan hasil sebesar 0,553 atau 55.3%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel X, yaitu penggunaan media sosial Instagram @duniagames.co.id, berkontribusi sebesar 55.3% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai berita *esports* (variabel Y). Sementara itu, 44.7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan kata lain, meskipun penggunaan media sosial Instagram berpengaruh dalam memenuhi kebutuhan informasi, tetapi terdapat faktor lain juga yang memengaruhi.

Hasil analisis uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel pada tingkat signifikansi 5% (0,05). Berdasarkan hal tersebut didapatkan hasil bahwa nilai t tabel adalah 1,98447 dan hasil penghitungan menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 11,016. Sehingga t hitung 11,016 lebih besar daripada t tabel yaitu 1,98447. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti penggunaan media sosial Instagram

@duniagames.co.id memiliki pengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai berita *esports*.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram @duniagames.co.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai berita *esports*. Hasil ini juga menunjukkan bahwa teori *uses and gratifications* masih relevan untuk digunakan dalam penelitian ini. Teori *Uses and gratifications* adalah teori yang menjelaskan keaktifan individu dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan atau tujuan tertentu. Dalam hal ini, asumsi dasar teori ini menganggap khalayak sebagai entitas aktif yang berperan dalam menentukan media yang mereka konsumsi, berdasarkan tujuan spesifik yang ingin dicapai. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa akun Instagram @duniagames.co.id mampu memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya. Khalayak tidak hanya aktif dalam memilih media yang relevan, tetapi juga menilai manfaat media tersebut berdasarkan kepuasan yang mereka peroleh.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, yaitu *accidental sampling*. *Non probability sampling* adalah metode pengambilan sampel di mana pemilihan sampel tidak dilakukan secara acak. Dengan demikian, tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Pemilihan sampel dilakukan berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan kebutuhan dan tujuan penelitian, sesuai dengan penilaian peneliti (Kriyantono, 2021). Sampling Kebetulan (*Accidental Sampling*) yaitu metode penentuan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dan dianggap sesuai dengan kriteria sebagai sumber data. Teknik ini sangat fleksibel, memungkinkan peneliti

untuk memanfaatkan individu yang ditemui selama proses penelitian (Sinambela & Sinambela, 2021). Dengan peneliti menerapkan teknik sampling kebetulan tersebut dalam penelitian ini, maka hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi ke seluruh populasi.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan yang dapat diambil adalah berdasarkan hasil uji hipotesis, ditemukan bahwa penggunaan media sosial Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun Instagram @duniagames.co.id mengenai *esports*. Kesimpulan berikutnya berdasarkan hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram @duniagames.co.id berkontribusi sebesar 55,3% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai berita *esports*. Sementara itu, 44,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

Sedangkan kesimpulan terkait dengan teori, disimpulkan bahwa teori *Uses and Gratifications* masih relevan atau sesuai dengan penelitian ini. Teori ini menjelaskan bahwa khalayak secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna media sosial Instagram @duniagames.co.id secara aktif menggunakan akun tersebut untuk memenuhi berbagai dimensi kebutuhan informasi, seperti informasi terkini, kebutuhan sehari-hari, informasi mendalam, dan informasi sekilas.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyelesaian penelitian ini. Terutama peneliti mengucapkan terima kasih kepada akun Instagram @duniagames.co.id dan para

followersnya. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, W. P. (2022, Juli 20). *ESport, Mulai dari Kurikulum Sekolah Hingga Turnamen Nasional*. Diambil kembali dari Kumparan.com: <https://kumparan.com/witri-prasetyo-aji/esport-mulai-dari-kurikulum-sekolah-hingga-turnamen-nasional-1yV2i2ViKjR/full>
- Arifianto, S., & Juditha, C. (2017). *Komunikasi di Era Teknologi Digital: Kajian Ekonomi Digital, Media, dan Budaya Komunikasi*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Awaliya, N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Berita Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers Mengenai Berita Nasional (Survei Pada Followers Akun Tiktok @Officialinews). *Universitas Persada Indonesia Y.A.I.*
- Deanawa, N. A. (2016). Analisis Kebutuhan Informasi Lansia Di Kota Surabaya. *Universitas Airlangga*.
- Dorner, D. G., Gorman, G. E., & Calvert, P. J. (2014). *Information Needs Analysis: Principles and Practice in Information Organizations*. Facet Publishing.
- Fatin, M. R. (2024). Pengaruh penggunaan media sosial instagram Terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik (Studi Mengenai Penggunaan Akun Instagram @pinterpolitik terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers). *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, I. P. (2020). *Penelitian Media Kualitatif*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Hakim, A. (2016). *Metode Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Inteligensia Media.
- Hemphill, D. (2005). *Cybersport. Journal of the Philosophy of Sport*, 32 (2), 195-207.
- Herlina, H., Boer, R. F., Fasadena, N. S., Kede, A., Kahfi, M. A.-M., Ganiem, L. M., . . . Deryansyah, A. D. (2023). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pasuruan: CV. Basya Media Utama.
- Kinanti, S. P., & Putri, B. P. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic. *Jurnal Komunikasi, Volume 9, Nomor 1*, 53-64.
- Kriyantono, R. (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Lubis, D. Z. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Penumpang Kereta Api Sri Lelawangsa di Medan. *Universitas Sumatera Utara*.
- Nugroho, C. (2020). *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- S. Cahya, I. (2018). *Menulis Berita Di Media Massa*. Yogyakarta: Citra Aji Parama.
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoritik dan Praktik*. Depok: Rajawali Pers.
- Situmeang, I. V. (2020). *Media Konvensional dan Media Online*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Usman, H., & Akbar, P. S. (2020). *Pengantar Statistika (Edisi Ketiga): Cara Mudah Memahami Statistika*. Bumi Aksara.
- West, R., & Turner, L. H. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi (Buku 2)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/> (diakses pada tanggal 30 Oktober 2024).

