

Pengaruh Penggunaan Akun Instagram @pocketnihongo.id terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *followers* Seputar Bahasa Jepang

Cut Clara Sinta Kharisma¹, Fardiah Oktariani Lubis², Flori Mardiani Lubis³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Singaperbangsa Karawang

e-mail: 191910631190071@student.unsika.ac.id¹, fardiah.lubis@fisip.unsika.ac.id², flori.mardianilubis@fisip.unsika.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini membahas penggunaan akun Instagram @pocketnihongo.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* seputar bahasa Jepang. Teori yang digunakan adalah teori *uses and gratification* dan model pencarian kepuasan dan aktivitas audiens milik Windahl dan Levy yang membahas faktor keterlibatan dan selektifitas dalam usaha memenuhi kebutuhan informasi. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan pengambilan sampel menggunakan metode survei eksplanatori. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media melalui keterlibatan tidak berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi, sedangkan penggunaan media melalui selektifitas berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

Kata kunci: Penggunaan Media, Kebutuhan Informasi, *uses and gratification theory*

Abstract

This research discusses the use of the @pocketnihongo.id Instagram account to fulfill followers' information needs about the Japanese language. The theory used is the theory of uses and gratification and Windahl and Levy's model of satisfaction seeking and audience activity which discusses the factors of involvement and selectivity in an effort to fulfill information needs. This research method is quantitative with sampling using the explanatory survey method. The results showed that media use through involvement did not have a significant effect on fulfilling information needs, while media use through selectivity had a significant effect on fulfilling information needs.

Keywords : *Media Use, Information Needs, Uses and Gratification Theory*

PENDAHULUAN

Salah satu bentuk perkembangan teknologi informasi yang digunakan hampir seluruh masyarakat dunia adalah media sosial (Liedfay T, Fonny J. Waani, 2022). Media sosial dapat dipahami sebagai media yang digunakan dalam bersosialisasi atau berinteraksi agar tercipta sebuah hubungan yang dapat bertukar informasi, pengalaman, ataupun ide. Kehadiran media sosial yang berbasis internet merubah proses dalam berkomunikasi di masyarakat. Melalui media sosial, komunikasi menjadi tidak terbatas serta dapat terjadi kapan saja dan dimana saja.

Media sosial hingga kini tidak hanya digunakan sebagai sebuah sumber hiburan, namun juga dapat dimanfaatkan untuk mencari informasi yang dibutuhkan masyarakat. Informasi merupakan sebuah kebutuhan yang harus dipenuhi demi mengembangkan keterampilan, menambah pengetahuan, dan memperoleh kepuasan. Dengan memperoleh berbagai informasi, kehidupan masyarakat dapat mencapai tahap yang lebih baik (Ramadhan, 2021). Salah satu kebutuhan bagi masyarakat adalah kebutuhan akan informasi edukasi.

Edukasi merupakan segala peristiwa atau kegiatan yang dapat merubah perilaku dan sikap individu dalam usaha untuk tumbuh dewasa melalui proses pengajaran atau pelatihan (Hartono, 2015). Salah satu edukasi yang sangat penting adalah edukasi mengenai bahasa asing yang banyak digunakan di era globalisasi saat ini.

Bahasa asing digunakan sebagai salah satu sistem lambang bunyi yang dapat diterima baik oleh penutur atau lawan penutur dengan bahasa ibu atau bahasa utama yang berbeda, sehingga dapat terjadinya kelancaran dalam berkomunikasi (Prayoga, 2019). Salah satu bahasa asing yang banyak diminati di Indonesia adalah bahasa Jepang.

Bahasa Jepang menjadi sebuah Bahasa yang memiliki bentuk berbeda dari Bahasa asing lainnya, hal ini dapat dilihat melalui huruf, dan ragam tata Bahasa yang digunakan (Istiqomah et al., 2015). Bahasa Jepang di era globalisasi saat ini menjadi cukup banyak diminati masyarakat. Berdasarkan data yang diperoleh melalui Japan Foundation, Indonesia per tahun 2019 memiliki sebanyak 711,732 pembelajar Bahasa Jepang dan hingga tahun 2022 disebutkan oleh Duta Besar Jepang untuk Indonesia bahwa Indonesia menduduki peringkat ke-2 dunia terkait jumlah pembelajar Bahasa Jepang. Hal ini disebabkan adanya budaya populer Jepang seperti *anime* dan music, serta banyaknya lapangan pekerjaan di negara Jepang.

Melalui adanya media sosial, informasi edukasi seputar bahasa Jepang dapat diperoleh dengan cepat dan mudah. Salah satu media sosial yang banyak digunakan untuk mengakses informasi edukasi adalah Instagram. Instagram saat ini bukan hanya menjadi tempat untuk membagikan momen berupa foto ataupun video saja, melainkan dapat pula digunakan sebagai tempat untuk membagikan berita dan edukasi (Fauziyyah & Rina, 2020).

Salah satu akun yang menyediakan konten informasi edukasi seputar Bahasa Jepang adalah akun @pocketnihongo.id. dalam akunnya, @pocketnihongo.id aktif menyajikan informasi edukasi seputar kosakata, tata bahasa, serta budaya-budaya Jepang melalui fitur *feeds* dan *instastory*.

Dalam memenuhi kebutuhan informasi edukasi melalui media sosial, individu memiliki kebebasan akan menggunakan media apa untuk mencari suatu informasi yang dibutuhkannya. Hal ini dibahas dalam Teori Penggunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratification Theory*). Teori ini memandang seorang individu atau audiens sebagai pengguna yang aktif dan tidak digerakkan oleh media dan memandang bagaimana media menjadi faktor yang memenuhi kebutuhan audiens, serta bagaimana audiens bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhannya sendiri (Stephen W. Littlejohn, 2009). Individu memiliki berbagai alasan untuk menggunakan media serta memutuskan bagaimana media akan memberi dampak (Humaizi, 2018).

Dalam perkembangannya, teori *uses and gratification* telah memiliki beberapa model teori, salah satunya adalah model pencarian kepuasan dan aktifitas audiens yang dipopulerkan oleh oleh Sven Windahl dan Mark R. Levy. Mereka menjelaskan bahwa dalam menggunakan media, terdapat dua tipologi audiens yang dibangun dari dua dimensi yaitu orientasi audiens dan skedul aktivitas (Levy M., 1984). Dimensi orientasi audiens lebih lanjut terbagi kedalam 3 (tiga) faktor yaitu:

1. Keterlibatan: intensitas audiens dalam menggunakan media yang dipilihnya
2. Selektifitas: seleksi atau pemilihan isi media apa yang ingin digunakan audiens dalam memenuhi kebutuhannya, yang berdasarkan pada kebutuhan dan pengalaman.
3. Kegunaan: manfaat yang diberikan oleh media tersebut kepada audiens yang ditentukan dari terpenuhi atau tidaknya kebutuhan audiens.

Melalui adanya kolaborasi dengan berbagai Lembaga Pendidikan, akun @pocketnihongo.id menjadi salah satu akun yang cukup dikenal dan banyak diikuti oleh para pengguna Instagram guna memenuhi kebutuhan informasinya seputar bahasa Jepang.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh keterlibatan dan selektifitas penggunaan akun @pocketnihongo.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* seputar bahasa Jepang. Dengan tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh

keterlibatan dan selektifitas terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* seputar bahasa Jepang. Dari hasil penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat baik dalam bidang Pendidikan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survei eksplanatori (*explanatory survey*) yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan dan menguji pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Sari et al., 2022). Fenomena yang diambil dalam penelitian ini adalah pengaruh penggunaan akun Instagram @pocketnihongo.id sebagai variabel X, dan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* seputar bahasa Jepang sebagai variabel Y.

Populasi dan Teknik Penarikan Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut akun Instagram @pocketnihongo.id yang per bulan April 2023 berjumlah 122.000 orang. Dalam penentuan sampel penelitian, digunakan teknik *probability sampling* dan metode *simple random sampling*. Dalam menentukan jumlah sampel dari populasi sejumlah 122.000 orang, penulis menggunakan rumus Slovin dengan batas toleransi kesalahan sebesar 10% dan mendapatkan n sebesar 99,91 atau dibulatkan menjadi 100, sehingga penulis perlu untuk meneliti 100 *followers* akun @pocketnihongo.id sebagai responden dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang dikumpulkan berasal dari responden yang telah mengisi kuesioner melalui *google form* yang dibagikan secara daring (dalam jaringan). Selanjutnya data yang ada diolah dan dilakukan pengujian dengan *software* SPSS versi 26. Pada bagian ini, penulis akan menjabarkan hasil analisis yang diperoleh yang meliputi uji normalitas, uji regresi liner sederhana, uji koefisien determinasi (R^2) dan uji parsial (T).

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah sampel yang digunakan dalam penelitian terdistribusi secara normal atau tidak. Berikut ini merupakan hasil pengujian normalitas dengan menggunakan test *Kolmogorov-Smirnov* menggunakan *software* SPSS 26.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.84861603
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.057
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Data yang diolah penulis

Berdasarkan *output* perhitungan uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-smirnov* didapatkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian menunjukkan data telah terdistribusi normal.

Uji Regresi Linier Sederhana

Uji

regresi linier sederhana dilakukan untuk mengukur pengaruh antara variabel X (penggunaan media) dengan variabel Y (kebutuhan informasi). Berikut ini adalah hasil *output* menggunakan *software* SPSS 26.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	529.039	2	264.520	75.840	.000 ^b
	Residual	338.321	97	3.488		
	Total	867.360	99			

a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi

b. Predictors: (Constant), Selektifitas, Keterlibatan

Gambar 2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Sumber: Data yang diolah penulis

Berdasarkan *output* uji regresi linier berganda di atas, didapatkan nilai nilai F hitung sebesar 75.840 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X (penggunaan media) terhadap variabel Y (kebutuhan informasi).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X (penggunaan media) terhadap variabel Y (kebutuhan informasi). Berikut ini adalah hasil *output* menggunakan program SPSS 26.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.781 ^a	.610	.602	1.868

a. Predictors: (Constant), Selektifitas, Keterlibatan

Gambar 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Sumber: Data yang diolah penulis

Berdasarkan *output* tabel di atas, didapatkan nilai korelasi (R) sebesar 0,781 dan diperoleh nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,610. Maka dari nilai tersebut, dinyatakan bahwa variabel X (penggunaan media) berpengaruh terhadap variabel Y (penggunaan media) sebesar 61% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

Uji Parsial (T)

Uji parsial (T) Uji Parsial (T) dilakukan untuk menguji berpengaruh atau tidaknya masing-masing variabel. Berikut ini merupakan hasil *output* menggunakan *output* SPSS 26.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.228	1.533		1.453	.149
	Keterlibatan	.047	.055	.061	.854	.395
	Selektifitas	.615	.059	.751	10.501	.000

a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi

Gambar 4. Hasil Uji Parsial

Sumber: Data yang diolah penulis

Dasar pengambilan keputusan:

1. H_0 diterima dan H_a ditolak jika nilai t hitung $< t$ tabel atau signifikansi $> 0,05$
2. H_0 ditolak dan H_a diterima jika nilai t hitung $> t$ tabel atau signifikansi $< 0,05$

Dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% dan $\alpha = 0,05$. Dalam mencari t tabel digunakan rumus $\alpha/2$; $n-k-1 = 0,05/2$; $100-2-1 = (0,025; 97)$ sehingga diperoleh nilai t tabel = 1,98472.

Berdasarkan pada *output* di atas, pada variabel X_1 (keterlibatan) didapatkan nilai t hitung $0,854 < t$ tabel 1,984 dan $\text{Sig} = 0,395 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel keterlibatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kebutuhan informasi. Pada variabel X_2 (selektifitas) didapatkan nilai t hitung = $10,501 > t$ tabel 1,984 dan $\text{Sig} = 0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel selektifitas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kebutuhan informasi.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden, penulis kemudian menganalisis data mengenai pengaruh keterlibatan dan selektifitas terhadap kebutuhan informasi seputar bahasa Jepang terhadap *followers* akun @pocketnihongo.id, diperoleh keterangan bahwa terdapat pengaruh antara penggunaan akun @pocketnihongo.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada *followers* seputar bahasa Jepang dengan besaran pengaruh dari variabel independent sebesar 61% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sub variabel X_1 yaitu keterlibatan penggunaan akun @pocketnihongo.id memiliki hasil uji sebesar $\text{Sig} = 0,395 > 0,05$ yang berarti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sub variabel X_2 yaitu selektifitas dalam penggunaan akun @pocketnihongo.id memiliki hasil uji sebesar $\text{Sig} = 0,395 > 0,05$ yang berarti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa variabel independent menjadi aspek yang dominan dalam mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi seputar bahasa Jepang bagi para *followers*. Hal ini sesuai dengan teori *uses and gratification* milik Katz dan Guverich dalam (Humaizi, 2018) yang menghubungkan tentang penggunaan media terhadap pemenuhan kebutuhan khalayak. Pengguna media memiliki wewenang mereka sendiri dalam memilih media apa yang akan digunakan untuk dapat memenuhi kebutuhannya dalam berbagai hal salah satunya edukasi. Dapat dilihat dari besarnya hasil pengaruh dari variabel yang telah diteliti bahwa para pengguna Instagram yang mengikuti akun @pocketnihongo.id dapat memperoleh dan memenuhi kebutuhan informasi edukasi mengenai bahasa Jepang.

Dapat dilihat pada penelitian ini penggunaan media melalui sub variabel keterlibatan (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* seputar bahasa Jepang. Hal ini disebabkan karena meskipun responden menggunakan dan mengikuti akun @pocketnihongo.id sebagai sumber informasi bahasa Jepang, namun keterlibatan menggunakan media tidak berpengaruh karena dipengaruhi algoritma Instagram dan *followers* tidak secara intens mengunjungi akun @pocketnihongo.id setiap harinya.

Dalam penelitian ini dapat dilihat pula penggunaan media melalui sub variabel selektifitas (X_2) berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* seputar bahasa Jepang. Hal ini sesuai dengan teori *uses and gratification* yang menyebutkan bahwa isi media juga menjadi faktor yang dapat memenuhi kebutuhan audiens, hal ini juga dapat dilihat dari asumsi dasar teori *uses and gratification* yang menyatakan audiens tidaklah pasif namun juga berperan untuk memilih dan menentukan apa isi dari suatu media. Kaitannya adalah para *followers* akun @pocketnihongo.id memilih untuk mengikuti akun @pocketnihongo.id untuk memenuhi kebutuhan informasi seputar bahasa Jepang, setelah menyeleksi isi dari akun @pocketnihongo.id

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Keterlibatan dalam penggunaan akun @pocketnihongo.id tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* seputar bahasa Jepang.
2. Selektifitas dalam penggunaan akun @pocketnihongo.id memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* seputar bahasa Jepang.
3. Penggunaan akun Instagram @pocketnihongo.id memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* seputar bahasa Jepang.

DAFTAR PUSTAKA

- Fauziyyah, S. N., & Rina, N. (2020). *Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @ infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers The Effectiveness of @ infobandungraya Instagram Account on Fulfilling Followers ' Information Needs. III(I)*, 13–24.
- Hartono, R. (2015). *FUNGSI DAN PERAN PENDIDIKAN POLITIK DALAM KEHIDUPAN BERMASYARAKAT*.
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. USU Press.
- Istiqomah, D., Diner, L., Wardhana, C. K., Bahasa, J., Bahasa, F., & Semarang, U. N. (2015). Analisis Kesulitan Belajar Bahasa Jepang Siswa Smk Bagimu Negeriku Semarang. *Chi`e*, 4(1), 319563.
- Levy M., S. W. (1984). AUDIENCE ACTIVITY AND GRATIFICATIONS: A Conceptual Clarification and Exploration. *Communication Research*, 11(1), 53–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/009365084011001003>
- Liedfay Tongkotow, Fonny J. Waani, J. J. L. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1).
- Prayoga, E. A. (2019). Komunikasi Antarbudaya dalam Pembelajaran Bahasa Asing : Sebuah Keniscayaan. In *Pembelajaran Bahasa Asing 4.0: Tantangan Pembelajaran Bahasa Asing di Era Revolusi Industri 4.0* (pp. 15–42). Tulus Pustaka.
- Ramadhan, A. F. (2021). *Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kebutuhan Informasi Seks Edukasi (Survei Eksplanatori Akun Tiktok @tabu.id Terhadap Kebutuhan Informasi Seks Edukasi Pada Generasi Z)*. Universitas Singaperbangsa Karawang.
- Sari, M., Rachman, H., Juli Astuti, N., Win Afgani, M., & Abdullah Siroj, R. (2022). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 10–16. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>
- Stephen W.Littlejohn, K. A. F. (2009). *Teori Komunikasi* (R. Oktafiani (ed.); 9th ed.). Salemba Humanika.