

Pengaruh Efektivitas Media Sosial Instagram @LAAKFKB dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik terhadap Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University

The Influence of Instagram @LAAKFKB Social Media Effectiveness in Fulfilling Academic Information Needs for Telkom University Faculty of Communication and Business Students

Mochammad Gilang Fidriansyach¹, Adrio Kusmareza Adim²

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia
gilangfidriansyach@student.telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia
adriokusma@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Instagram yang awalnya hanya digunakan untuk membagikan foto dan video, saat ini Instagram bisa dijadikan para pengguna sebagai media untuk membagikan berita. Dengan Instagram, masyarakat tidak perlu membuka portal berita melalui website karena semua berita yang diinginkan bisa didapatkan melalui satu platform yaitu Instagram. Instagram memudahkan para pengguna untuk membagikan informasi kepada pengguna lainnya. Salah satu akun yang memanfaatkan media sosial Instagram untuk menyebarkan informasi yaitu akun Instagram @laakfkb. Akun Instagram @laakfkb menyebarkan informasi seputar akademik. Dalam penelitian ini peneliti mengambil populasinya adalah followers akun Instagram @laakfkb yang merupakan mahasiswa aktif Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom Univeristy. Sampel yang diambil yaitu sebanyak 96 orang dengan menggunakan teknik non probability sampling. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh dari efektivitas akun Instagram @laakfkb terhadap pemenuhan kebutuhan informasi akademik mahasiswa. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif yaitu suatu penelitian yang menentukan beberapa hipotesis yang akan diuji. Metode survey yang dilakukan yaitu dengan menyebarkan link kuesioner kepada para mahasiswa aktif Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University melalui link Google Form. Penelitian ini menyimpulkan adanya pengaruh dari efektivitas akun Instagram @laakfkb sebesar 65,77%. Sedangkan sisanya sebesar 34,23% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci- efektivitas, kebutuhan informasi, instagram

Abstract

Instagram, which was originally only used to share photos and videos, now Instagram can be used as a media for sharing news. With Instagram, people don't need to open a news portal through the website because all the news they want can be obtained through one platform, namely Instagram. Instagram makes it easy for users to share information with other users. One account that utilizes Instagram social media to disseminate information is the Instagram account @laakfkb. The Instagram account @laakfkb disseminates academic information. In this study, the researcher took the population, namely followers of the Instagram account @laakfkb who are active students of the Telkom University Faculty of Communication and Business. The samples taken were 96 people using non-probability sampling techniques. The purpose of this study is to determine the effect of the effectiveness of the @laakfkb Instagram account on meeting students' academic information needs. This type of research is descriptive quantitative research, namely a study that determines several hypotheses to be tested. The survey method used was by distributing a questionnaire link to active students of the Telkom University Faculty of Communication and Business via the Google Form link. This study concludes that there is an influence from the effectiveness of the Instagram @laakfkb account of 65.77%. While the remaining 34.23% is influenced by other variables not examined.

Keywords- effectiveness, information needs, instagram

I. PENDAHULUAN

Di era globalisasi seperti sekarang, kehidupan manusia tidak lah terlepas dari yang namanya kemajuan teknologi. Dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, kehadiran teknologi mempengaruhi pola perilaku masyarakat serta lingkungan disekitarnya juga. Salah satunya contohnya adalah internet. Internet merupakan kemajuan teknologi yang dapat menyebarluaskan informasi di seluruh dunia. Teknologi informasi berbasis internet yang berkembang secara pesat dapat membantu masyarakat saling terhubung tanpa batas antara satu dengan yang lainnya. Saat ini internet menjadi salah satu bagian terpenting untuk mempermudah saat melakukan berbagai aktifitas yang dilakukan setiap individu atau masyarakat. Internet memberikan kemudahan untuk mendapatkan informasi dan juga dapat berinteraksi dengan pengguna media sosial yang lain. Perkembangan internet di Indonesia tergolong cepat, sekarang internet telah menjadi kebutuhan pokok sehari-hari bagi masyarakat di Indonesia ini. Instagram merupakan platform aplikasi untuk berbagi foto serta video yang memungkinkan penggunaannya untuk mengambil foto, merekam video, mencoba filter digital, dan kegiatan-kegiatan jejaring yang lain. Namun, Rina & Fauziyyah (2020) mengatakan kini Instagram tidak hanya untuk berbagi foto dan video, sekarang Instagram dapat digunakan sebagai tempat untuk berbagi berita. Dengan Instagram, masyarakat dapat menerima informasi berita tergantung pada apa yang mereka ikuti, lalu ditampilkan di timeline Instagram. Jadi masyarakat sekarang tidak harus membuka portal website berita jika ingin mendapatkan informasi, karena semua berita tersebut bisa dilihat melalui hanya cukup membuka satu platform saja yaitu instagram.

Sebagai mahasiswa terlebih khusus mahasiswa tingkat menengah dan akhir dinilai sangat membutuhkan informasi dengan cepat dan tepat, memperoleh informasi tentang berbagai hal seperti magang, desk evaluation (DE), skripsi, tugas akhir dan lain-lain terkait informasi akademik supaya mahasiswa fakultas komunikasi dan bisnis tidak melewatkan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan mengenai jadwal atau langkah atau alur administrasi akademik. Pada masa pembatasan sosial saat ini yang dikarenakan pandemi virus covid-19 membuat semua universitas, tidak terkecuali Telkom University menerapkan metode pembelajaran daring. Dengan maksud mengurangi kemungkinan terjadinya kontak antara orang yang terinfeksi terinfeksi dan orang lain yang tidak terinfeksi virus sehingga bisa meminimalkan penularan penyakit, hal membuat mahasiswa tidak dapat datang langsung ke kampus untuk mendapatkan informasi perihal akademik. Telkom University memiliki 7 fakultas yang berbeda, diantaranya adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Rekayasa Industri, Fakultas Industri Kreatif, Fakultas Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Terapan, Fakultas Teknik Elektro dan Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Setiap fakultas memiliki aturan dan kebijakannya tersendiri terkait kebijakan akademiknya sendiri-sendiri begitu pula memilih media menyampaikan informasi akademik.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh peneliti, diketahui bahwa media informasi terkait kebutuhan informasi akademik di tiap-tiap fakultas Telkom University yang memiliki media sosial Instagram hanya 5 fakultas. Atas dasar tersebut, peneliti menentukan akun instagram yang memberikan informasi akademik tentang fakultasnya secara lengkap dengan jumlah followers terbanyak. Akun Instagram dengan username @LAAKFKB adalah akun media sosial Instagram resmi layanan akademik dan kemahasiswaan Telkom University Fakultas Komunikasi & Bisnis. Akun Instagram ini merupakan sarana untuk menyebarluaskan informasi akademik berupa pengumuman jadwal pendaftaran proposal, pengumuman disertasi dan sesi akademik, pengumuman dosen pembimbing, pengumuman daftar alumni, pengumuman magang, dan hal-hal akademik lainnya. Mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Administrasi bisnis dan Digital Public Relation yang tergabung pada Fakultas Komunikasi dan Bisnis di Telkom University pastinya butuh panduan untuk jadi informasi yang membantu dalam menyelesaikan studi akademiknya. Instagram @LAAKFKB ini merupakan sarana media dalam menyampaikan informasi akademik yang digunakan Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Akun Instagram @LAAKFKB menjadi media sosial berbasis internet untuk para mahasiswa memperoleh informasi akademik yang mudah, cepat dan nyaman.

Menurut Martoyo (2007), menjelaskan efektivitas adalah "suatu keadaan atau kondisi dimana tujuan dari pilihan yang ingin dicapai melalui sarana atau perlengkapan yang dipakai dibarengi dengan adanya keterampilan yang sesuai guna tercapainya hasil yang memuaskan". Instagram merupakan perangkat atau sarana yang dipakai oleh akun @LAAKFKB untuk menyebarluaskan informasi tersebut guna memenuhi kebutuhan mahasiswa. Menurut Tubbs & Moss (2005), komunikasi yang efektif mengarah pada pemahaman, kegembiraan, sikap yang berpengaruh, hubungan sosial dan perilaku yang baik. Komunikasi efektif dalam menciptakan pemahaman. Pemahaman adalah pemahaman yang cermat tentang pesan yang dimaksudkan oleh komunikator. Dalam hal ini komunikator (penerima pesan) adalah follower dari akun Instagram @LAAKFKB. Pesan yang disampaikan berlaku ketika pengikut menerima dan memahami pesan tersebut. Pesan akun Instagram @LAAKFKB harus jelas dan ringkas agar siswa dapat dengan mudah memahaminya. Misalnya, posting-an informasi pendaftaran DE. Posting-an ini bertujuan untuk menginformasikan kepada mahasiswa Fakultas komunikasi dan bisnis saat pendaftaran DE dilakukan dan syarat apa saja yang berlaku.

Peneliti tertarik untuk meneliti pada mahasiswa aktif Fakultas Komunikasi dan Bisnis dimana terdiri dari tiga program studi karena fenomena yang terjadi. Banyak mahasiswa yang sangat membutuhkan informasi mulai dari informasi tentang pendaftaran DE, informasi tentang magang, informasi tentang sidang skripsi, dan juga informasi tentang jadwal ujian serta pembayaran BPP mahasiswa yang terkait informasi bidang akademik dan kemahasiswaan lainnya yang perlu diperhatikan di Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University.

Dengan berbagai penjelasan diatas, mulai dari berkembangnya penggunaan internet, penggunaan media sosial, timbulnya media sosial Instagram sebagai sarana yang sangat berpengaruh dalam memenuhi kebutuhan informasi dan pentingnya informasi akademik bagi mahasiswa, terutama mahasiswa lama dalam mendapatkan informasi akademik. Penulis tertarik untuk meneliti efektifitas dari akun media sosial Instagram dalam memenuhi kebutuhan informasi akademik mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University yang di rangkum dalam judul "Pengaruh Efektivitas Media Sosial Instagram @LAAKFKB Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik Terhadap Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University"

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Teknologi Internet

Di era digital dan serba informatif seperti sekarang ini menuntut masyarakat menjadi makhluk yang haus akan informasi, dan hal tersebut membuat gaya hidup masyarakat modern menjadi go mobile atau sangat membutuhkan akses internet cepat kapan saja dan dimana saja untuk mendapatkan informasi.

Menurut Vivian (2008:266) Internet merupakan sebuah jaringan komputer interkoneksi yang bisa memberikan layanan informasi yang komprehensif. Telah terbukti bahwa internet dianggap sebagai media virtual yang bisa menjadi mitra dalam bisnis, politik, dan hiburan. Semuanya lengkap tersaji dalam media internet ini.

B. New Media

Media baru lahir dan memberikan manusia berbagai kemudahan terutama dibidang komunikasi dengan menggunakan teknologi yang semakin berkembang. Media baru bersifat komunikasi dua arah dan interaktif yang melibatkan teknologi digital dan sangat betentangan dengan media lama seperti televisi, radio, dan media cetak. Menurut Croteau (2003) new media yang bermunculan akibat dari ditemukannya inovasi-inovasi teknologi dibidang media seperti TV kabel, satelit, teknologi fiber optik, dan komputer. Dengan adanya teknologi-teknologi tersebut, memungkinkan pengguna untuk membuat keputusan dan bahkan beradaptasi dengan berbagai produk media.

C. Instagram

Instagram adalah platform media sosial untuk berbagi foto dan video dan memungkinkan pengguna menerapkan filter digital ke foto mereka, mengedit foto dan video. Instagram sendiri diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger melalui Burbn Inc pada tahun 6 Oktober 2010. Dengan menggunakan Instagram, para penggunanya dapat mem-posting foto dan video serta mengedit foto dan video tersebut menggunakan filter yang disediakan oleh Instagram. Para pengguna dapat mengombinasikan beberapa klip video menjadi satu video. Instagram memungkinkan para pengguna untuk saling berinteraksi dengan kolom komentar dan fitur direct message yang disediakan. Mencari informasi yang kita butuhkan di Instagram.

D. Kebutuhan Informasi

Masyarakat mempunyai ciri utama akan memenuhi kebutuhan informasi. Informasi menjadi salah satu sumber daya terpenting bagi kelangsungan hidup manusia yang berguna dalam menopang semua kegiatan aktivitas manusia. Semakin meningkatnya keingintahuan manusia, tentu kebutuhan terhadap informasinya pun juga ikut meningkat dikarenakan dalam diri seorang manusia akan terus muncul rasa keingintahuan untuk menambah pengetahuannya. Namun demikian, informasi dikategorikan sebagian besar oleh perilaku individu yang membutuhkan informasi.

Guha (dalam Puspitadewi, Erwina, & Kurniasih, 2016) menjelaskan jenis-jenis kebutuhan akan informasi, diantaranya:

1. *Current Need Approach*, adalah pendekatan terhadap kebutuhan pengguna dengan informasi terbaru. Pengguna berinteraksi dengan sistem informasi dengan cara yang paling umum yang bertujuan meningkatkan pengetahuan mereka. Jenis pendekatan ini membutuhkan interaksi yang konstan antara sistem informasi dan pengguna.
2. *Everyday Need Approach*, adalah pendekatan terhadap kebutuhan pengguna dengan informasi yang memiliki sifat cepat serta spesifik. Informasi yang dibutuhkan oleh pengguna ini adalah informasi mengenai kebiasaan yang ditemui pengguna.

3. *Exhaustic Need Approach*, adalah pendekatan terhadap kebutuhan pengguna mengenai informasi yang mendalam. Pengguna memiliki ketergantungan yang tinggi kepada informasi yang relevan serta dibutuhkannya.
4. *Catching-up Need Approach*, adalah pendekatan kepada penggunaan informasi yang ringkas namun lengkap. Terlebih khusus perihal perkembangan terbaru suatu subyek yang diperlukan.

E. Teori Efektivitas

Menurut Tubbs & Moss (2005) dalam bukunya yang berjudul *Human Communication*, komunikasi efektif apabila stimulus yang dikirimkan oleh pengirim pesan berhubungan dengan stimulus yang diterima sekaligus dipahami oleh penerima pesan. Berikut lima hal yang membentuk komunikasi yang efektif, diantaranya:

1. Pemahaman, arti utama dari pemahaman ialah penerimaan yang jelas terhadap isi stimulus sesuai dengan apa yang dituju pengirim pesan.
2. Kesenangan, jika komunikator dan komunikan muncul rasa saling menyukai ketika berkomunikasi maka komunikasi tersebut dinilai efektif.
3. Mempengaruhi sikap, dapat dibilang sebagian besar komunikasi yang kita miliki tentunya untuk saling mempengaruhi. Dalam istilah komunikasi biasanya disebut komunikasi persuasif.
4. Hubungan Sosial Yang Baik, komunikasi bertujuan membangun hubungan sosial yang baik. Kebutuhan sosial ini merupakan kebutuhan untuk mengembangkan hubungan dan memelihara hubungan yang memuaskan dengan orang lain dalam hal interaksi pergaulan, kontrol, kekuasaan, dan juga cinta.
5. Tindakan, membuat tindakan nyata merupakan suatu indikator yang baik untuk mengukur berapa besar efektivitas yang terjalin selama proses komunikasi berlangsung.

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode kuantitatif deskriptif dipilih dalam membuat penelitian ini. Dimana harus memutuskan beberapa hipotesis untuk diidentifikasi kemudian diuji. Dalam hal perencanaan ini metode kuantitatif lebih terstruktur dan sistematis. Sugiyono (2009) menjelaskan, penelitian kuantitatif merupakan suatu teknik penelitian berdasarkan filsafat positivisme, guna meneliti suatu sampel tertentu maupun populasi tertentu. Metode pengumpulan data sampel biasanya acak dan alat penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dan menganalisis data statistik berperan sebagai pengujian hipotesis.

B. Operasional Variabel dan Skala Pengukuran

1. Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2011:38) Pada dasarnya, variabel penelitian adalah sesuatu yang ditentukan oleh peneliti yang diteliti dengan cara tertentu untuk memperoleh informasi tentangnya dan menarik kesimpulan tentangnya.

a. Variabel X

Variabel independen yang terdapat pada penelitian ini yaitu Efektivitas Komunikasi (X). Menurut (Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, 1996) Efektivitas Komunikasi dapat ditinjau berdasarkan lima stimulus yaitu pemahaman, kesenangan, mempengaruhi sikap, hubungan sosial baik, dan Tindakan.

b. Variabel Y

Variabel dependen yang terdapat pada penelitian ini yaitu Kebutuhan Informasi (Y). Menurut Guha (dalam Puspitadewi, Erwina, & Kurniasih, 2016) dapat ditinjau jenis-jenis kebutuhan akan informasi berdasarkan empat jenis kebutuhan yaitu *Current need approach*, *Everyday need approach*, *Exhaustic need approach*, dan *Catching-up need approach*.

2. Skala Pengukuran

Peneliti mengambil empat jawaban untuk menghindari adanya jawaban yang netral karena akan sulit untuk dianalisis. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap (Sudaryono, 2017). Maka skala Likert yang akan digunakan yaitu seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Skala Pengukuran

Skala	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh unit kepentingan. Populasi adalah sekumpulan individu yang memiliki sifat dan sifat yang telah ditentukan sebelumnya. Menurut Sugiyono (2009), populasi adalah bidang yang digeneralisasikan yang mencakup objek atau subjek dengan suatu karakteristik spesifik yang diidentifikasi untuk dipelajari oleh peneliti lalu kemudian diambil kesimpulan.

Peneliti mengambil populasi dalam penelitian ini ialah pengikut dari akun Instagram @LAAKFKB yang merupakan mahasiswa aktif Fakultas Komunikasi dan Bisnis di Universitas Telkom. Dari Instagram @LAAKFKB bisa dilihat bahwa ada 2.366 orang pengikut.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2009) sampel adalah sebagian dari jenis dan jumlah yang terdapat dalam suatu populasi. Jika populasinya besar dan tidak memungkinkan untuk peneliti mempelajari seluruh populasi karena terbatasnya dana, tenaga, keterbatasan waktu, dan lain-lain. Peneliti bisa menggunakan sampel yang diambilnya berdasarkan populasi tersebut. Pengambilan sampel mesti memenuhi syarat yang sesuai serta mewakili dari sampel, yang berarti sampel yang diambil benar-benar mewakili populasi yang ada (Sudaryono, 2017).

Peneliti memakai tingkat kesalahan 10% dengan jumlah pengikut @LAAKFKB sebanyak 2.366. Dengan populasi yang begitu besar jika menggunakan rumus Slovin, bisa dihitung besarnya sampel untuk penelitian ini:

$$n = \frac{2.366}{1 + 2.366 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{2.366}{24,66}$$

$$n = 95,94$$

Didapatkan jumlah sampel minimum yang akan digunakan dalam penelitian yaitu sebanyak 95,94 yang kemudian dibulatkan menjadi 96 responden.

D. Teknik Analisis

1. Teknik Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dipilih untuk mendeskripsikan variabel-variabel yang teridentifikasi. Analitik deskriptif membantu menganalisis data dan menjelaskan data yang diterima atau dikumpulkan. Dalam analisis deskriptif, penyajian data memakai grafik, tabel, mean, diagram lingkaran, modus dan median (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016).

Dalam menanggapi pertanyaan dari rumusan masalah, peneliti memakai rumus Rank Order Mean, suatu metode statistika untuk mengukur keefektivitas. Pengukuran memakai kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa Aktif Fakultas Komunikasi dan Bisnis yang menjadi pengikut dari akun Instagram @LAAKFKB.

Dari data yang di dapatkan ada empat pilihan jawaban, masing masing memiliki nilai sebesar 4 untuk jawaban sangat setuju (SS), 3 untuk jawaban setuju (S), 2 untuk jawaban tidak setuju (TS), dan 1 untuk jawaban sangat tidak setuju (STS), selanjutnya disusun tolak ukur penilaian dari setiap item-item pertanyaan berdasarkan indikator Rank Mean Order.

2. Uji Method of Succesive Interval (MSI)

Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian yang digunakan pada penelitian yang dilakukan adalah skala ordinal dengan model skala Likert yang mana jawaban terdiri dari sangat setuju. Peneliti terlebih dahulu harus merubah atau mentransformasikan data ordinal yang terkumpul menjadi data dengan skala interval agar dapat digunakan untuk menganalisis regresi dengan menggunakan Method of Succesive Internal (MSI).

$$Y = NS + [|NSmin|]$$

Dalam melakukan transformasi data dari ordinal ke interval, peneliti menggunakan MSI pada Microsoft excel untuk mempermudah proses transformasi. Data interval yang diperoleh kemudian dicari rata-rata berdasarkan masing-masing variabel yang ada dalam penelitian.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas tujuannya menguji apakah data pada suatu penelitian berdistribusi normal. Penelitian ini menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov. (Ghozali, 2018). Dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan uji normalitas kolmogorov-smirnov yaitu:

Jika Signifikansi $\geq 0,05$ maka data berdistribusi normal.

Jika Signifikansi $\leq 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

4. Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Siregar (2017: 284) Teknik analisis data regresi linier sederhana digunakan untuk satu variabel terikat terhadap satu variabel bebas. Analisis regresi linier sederhana bertujuan untuk memprediksi besarnya nilai variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen. (Siregar, 2017:284).

Rumus Regresi Linear Sederhana:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

a = Konstanta

b = Konstanta regresi

5. Pengujian Hipotesis

Uji T dilakukan untuk pengujian hipotesis, yang membantu untuk menguji pengaruh hubungan Variabel Independen (X) Efektivitas Media Sosial mempengaruhi Variabel Dependen (Y) Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y). Uji T dilakukan dengan membandingkan thitung dan ttabel. Dalam menentukan nilai T tabel peneliti memakai tingkat signifikan 5% dengan derajat kebebasan $dk = (n-k-1)$ dimana n adalah jumlah responden sementara k adalah jumlah variabel. Berikut ini ukuran untuk melakukan uji T (Sugiyono, 2010):

- Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya antara variabel X dan variabel Y ada pengaruhnya.
- Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada pengaruhnya.

Selain itu, dalam melakukan Uji t juga dapat diketahui dari besar nilai probabilitas value (p value) yang dibandingkan dengan 0,05 (taraf signifikan yaitu $\alpha = 5\%$). Berikut ukuran dari pengujian adalah:

- Jika $p\ value > 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya tidak berpengaruh signifikan.
- Jika $p\ value < 0,05$ maka H_0 diterima, artinya berpengaruh signifikan.

6. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Menurut (Sugiyono 2011:231) Koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk memahami seberapa baik variabel independen (X) menjelaskan variabel dependen (Y). Dalam analisis regresi ditunjukkan dengan besarnya koefisien determinasi (R²) antara nol dan satu. Koefisien determinasi yang bernilai nol membuktikan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Ketika koefisien determinasi mendekati satu, kita mengatakan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Juga, gunakan koefisien determinasi untuk memahami laju perubahan variabel dependen (Y) oleh variabel independen (X).

Di bawah ini adalah rumus yang digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2014:232):

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Besar atau jumlah koefisien determinasi

R² = Nilai Koefisien korelasi

Sedangkan kriteria dalam melakukan analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
- Jika Kd mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah data yang disajikan berdistribusi normal atau tidak normal. Model regresi yang baik adalah normal atau mendekati normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov-Lilliefors. Peneliti menggunakan software SPSS 25 dan mendapatkan data sebagai berikut:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.39943310
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.067
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.074 ^c

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Analisis kenormalan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov mensyaratkan kurva normal apabila asymp.Sig berada diatas atas maximum error, yaitu 0,5. Jika dilihat terdapat hasil signifikasi sebesar 0,074 pada uji kormogrov-smirnov, hal tersebut membuktikan Jika signifikansi $\geq 0,05$ maka data berdistribusi normal.

B. Analisis Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan software SPSS 25 diperoleh hasil sebagai berikut:

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1						
	(Constant)	9.021	1.804		5.000	.000
	Efektivitas	.634	.047	.811	13.439	.000

a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi

Gambar 2. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Dari output data SPSS 25 diatas, diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$Y = 9,021 + 0,634 X$$

Ketika nilai konstanta a berarti Efektifitas Akun Instagram @laakfkb (X) bernilai nol atau Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) tidak dipengaruhi oleh Efektifitas Akun Instagram @laakfkb, maka Pemenuhan Kebutuhan Informasi memiliki nilai rata-rata memiliki nilai 9,021%, Sedangkan koefisien regresi B memiliki arti bahwa jika variabel Efektivitas Akun Instagram @laakfkb (X) naik sebesar satu standar deviasi maka Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik Mahasiswa (Y) akan naik sebesar 0,634. Koefisien regresi ini bernilai positif yang berarti efektivitas akun Instagram @laakfkb berpengaruh positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi akademik mahasiswa. Semakin kuat atau tinggi efektivitas akun Instagram @laakfkb, semakin meningkat pemenuhan kebutuhan informasi akademik mahasiswa.

C. Analisis Korelasi

Untuk mengetahui hubungan antara variabel Efektifitas Komunikasi dengan variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi, digunakan analisis korelasi Pearson. Berikut hasil pengolahan software SPSS 25 untuk koefisien korelasi mengenai hubungan antara Efektifitas Komunikasi dengan Kebutuhan Informasi.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.811 ^a	.658	.654	2.41216

a. Predictors: (Constant), Efektivitas

Gambar 3. Hasil Analisis Korelasi

Berdasarkan table di atas diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,811 yang berarti terdapat hubungan yang kuat antara Efektifitas Komunikasi dengan Kebutuhan Informasi.

Bagan hasil menyajikan hasil penelitian. Hasil penelitian dapat dilengkapi dengan tabel, grafik (gambar), dan/atau bagan. Bagian pembahasan memaparkan hasil pengolahan data, menginterpretasikan temuan secara logis, menghubungkannya dengan sumber referensi yang relevan.

D. Hasil Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.021	1.804		5.000	.000
	Efektivitas	.634	.047	.811	13.439	.000

a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi

Gambar 4. Hasil Uji T

Berdasarkan gambar diatas, diperoleh nilai t hitung sebesar 13.439 dan nilai sig 0,000. Kemudian untuk dk (derajat bebas) sebesar 94, maka diperoleh t tabel sebesar 1.989. Berikut perhitungan t tabel:

$$\begin{aligned}
 &= (a/2 : n-k-1) \\
 &= (0,05/2 : 96 - 1 - 1) \\
 &= (0,0025 : 94) \text{ [Dilihat pada distribusi nilai t tabel]} \\
 &= 1.989
 \end{aligned}$$

Karena nilai t hitung (13.439) > t tabel (1.989) dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima, dapat disimpulkan berdasarkan hasil pehitungan tersebut sesuai dengan kriteria pengujian berarti Efektivitas Akun Instagram @laakfb berpengaruh signifikan terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik Mahasiswa.

E. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Besarnya pengaruh akun Instagram @laakfb terhadap pemenuhan kebutuhan informasi akademik mahasiswa dinyatakan dengan koefisien pada rumus berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$= (0,811)^2 \times 100\%$$

$$= 65,77\%$$

Koefisien determinasi dari hasil perhitungan didapat sebesar 65,77%. Hal ini menunjukkan bahwa Efektifitas Akun Instagram @laakfkb memberikan pengaruh sebesar 65,77% terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik Mahasiswa, sedangkan sisanya 34,23% Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik Mahasiswa dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

F. Pembahasan

1. Efektivitas Komunikasi

Untuk sub-variabel Pemahaman mendapatkan presentase skor sebesar 88,60% dapat dipahami bahwa sama-sarana yang digunakan oleh akun tersebut seperti bahasa yang digunakan, kemudahan yang didapatkan, pemilihan bahasa, serta kejelasan pesan-pesan informatif yang ada dalam menimbulkan pemahaman kepada mahasiswa-nya menciptakan efektivitas bagi para mahasiswa pada akun instagram @laakfkb untuk menimbulkan pemahaman pada informasi yang disampaikan.

Untuk presentase skor sub-variabel Kesenangan sebesar 81,51% dan pada garis kontinum terletak di kategori sangat efektif. Dalam hal ini. akun Instagram @laakfkb terbukti efektif menghadirkan kesenangan bagi para mahasiswa yang didukung oleh beberapa faktor yang diantaranya adalah penyajian konten yang informatif seputar akademik yang disertai gambar dan infografis yang menarik.

Untuk sub-variabel Mempengaruhi Sikap didapatkan presentase skor sebesar 87,89%. akun @laakfkb terbukti efektif dalam kaitannya untuk mempengaruhi sikap para mahasiswa. Dapat dilihat dari data peneliti bahwa akun @laakfkb merubah sikap para mahasiswa untuk lebih aware terhadap informasi seputar akademik yang diakibatkan oleh kemudahan informasi yang bisa didapatkan melalui @laakfkb.

Untuk sub-variabel Hubungan Sosial Yang Baik presentase skor sebesar 79,68%. bagi @laakfkb dalam tujuannya untuk membangun hubungan sosial yang baik, pada penelitian ini dapat dibuktikan bahwa dengan cara menanggapi pertanyaan pada postingan di akun @laakfkb merupakan langkah efektif demi menimbulkan serta menjaga hubungan sosial yang baik dengan para mahasiswa.

Untuk sub-variabel Tindakan didapatkan presentase skor sebesar 87,11%. disimpulkan bahwa informasi-informasi pada akun @laakfkb yang dinilai jelas dan informatif telah efektif dalam mendorong para mahasiswa-nya untuk menjadikan akun @laakfkb sebagai referensi pilihan untuk mendapatkan informasi-informasi terkini seputar akademik.

2. Kebutuhan Informasi

Untuk sub-variabel Current Need Approach didapatkan presentase skor sebesar 82,81%. Dalam hal ini, akun Instagram @laakfkb sudah sangat baik dalam memberikan informasi yang terbaru kepada mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan informasi. Akun Instagram @laakfkb juga memberikan jawaban kepada para mahasiswa mengenai suatu topik yang belum dipahami oleh para mahasiswa.

Untuk sub-variabel Everyday Need Approach didapatkan presentase skor sebesar 81,60% Dalam hal ini terlihat bahwa akun Instagram @laakfkb sudah sangat baik dalam memberikan informasi setiap harinya sehingga terpenuhi kebutuhan informasi sehari-hari para mahasiswa. Dengan posting-an yang konsisten disetiap bulannya dan penyebaran informasi yang cepat karena informasi bersumber dari Layanan Akademik Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University maka akun Instagram @infobandungraya sudah sangat efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa.

Untuk sub-variabel Exhausted Need Approach didapatkan presentase skor sebesar 82,29%. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @laakfkb sudah sangat baik dalam memberikan informasi yang detail. Hal tersebut dapat dilihat dari bukti- bukti berita yang berupa konten-konten yang disajikan dengan foto dan gambar yang mudah dimengerti serta caption yang berisi mengenai penjelasan informasi akademik.

Untuk sub-variabel Catching-up Need Approach didapatkan presentase skor sebesar 85,54%. Dalam hal ini, untuk memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa, akun Instagram @laakfkb memberikan informasi yang ringkas dan lengkap melalui caption pada setiap posting-annya sehingga mahasiswa dapat memahami setiap informasi yang diberikan dan kebutuhan informasinya seputar akademik terpenuhi melalui akun tersebut.

V. KESIMPULAN

A. Kesimpulan

1. Jika dilihat berdasarkan garis kontinum, kedua variabel terletak pada kategori sangat efektif sehingga dapat dikatakan bahwa akun Instagram @laakfkb sudah sangat efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi

- akademik mahasiswa. Hal ini berarti bahwa informasi yang diberikan oleh akun Instagram @laakfkb sudah tersampaikan dengan baik kepada mahasiswa.
2. Pengaruh efektivitas akun Instagram @laakfkb mempunyai pengaruh positif. Hubungan antara variabel efektivitas akun Instagram dan variabel kebutuhan informasi adalah kuat, yang dinyatakan melalui nilai koefisien korelasi senilai 0,811. Artinya, bahwa jika variabel Efektivitas Akun Instagram @laakfkb (X) meningkat sebesar satu satuan, maka Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik (Y) Mahasiswa akan meningkat sebesar 0.811

REFERENSI

- Amedie, J. (2015). *The Impact of Social Media on Society*. *Global Journal of Enterprise Information System*, 8(4), 1-19. <https://doi.org/10.18311/gjeis/2016/15773>.
- Arifin, F. N. (2015). *Efektivitas Akun Instagram @filmnasional dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. Bandung: Universitas Telkom.
- Hidayat, R. (2017). *Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Minat Baca Peserta Didik Kelas Xi Di Perpustakaan SMA Teladan Way Jepara Tahun Pelajaran 2016/2017*. Lampung: Universitas Lampung.
- Nugraha, A. (2015). *Fenomena Meme di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Posting Meme pada Pengguna Media Sosial Instagram)*. Bandung: Universitas Telkom.
- Perdana, M. I. (2018). *Efektivitas Akun Sosial Media Twitter Pemerintah Kota Bekasi @pemkotbekasi Terhadap Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Bekasi*. Bandung: Universitas Telkom
- Puspitadewi, I., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2016). *Pemanfaatan "Twitter TMC POLDA Metro" Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya*. *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*, 4(1), 21-28. <https://doi.org/10.24198/jkip.v4i1.11625>
- Riduwan. (2011). *Cara mudah Belajar SPSS 17.0 dan Aplikasi Statistika Penelitian*. Bandung: Alfabet
- Riduwan. (2011). *Cara mudah Belajar SPSS 17.0 dan Aplikasi Statistika Penelitian*. Bandung: Alfabet
- Severin, Warner J. & James W, Tankard, Jr. 2008. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terapan di Dalam Media Massa*
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana
- Siregar, S. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.5749/j.ctv65sz27.4>
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabet
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabet
- Vivian, John. (2008). *Teori Komunikasi Massa (8th ed)*. Jakarta: Kencana