

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era moderen ini, teknologi dan informasi telah berkembang dengan pesat hingga dapat membantu kebutuhan manusia. Dalam memenuhi kebutuhannya, manusia dapat menggunakan berbagai cara dan media. Kebutuhan yang juga dibutuhkan oleh manusia adalah informasi. Keberadaan suatu informasi dianggap sangat penting, karena dengan informasi siapapun dapat menambah wawasan dan pengetahuan. Sehingga banyak orang berlomba-lomba untuk mendapatkan informasi terkini terkait dengan berbagai bidang secepat mungkin. Terdapat berabagai cara penyampaian informasi yang dilakukan berbagai pihak untuk dapat memenuhi kebutuhan manusia akan informasi. Selain itu manusia juga bisa menggunakan berbagai cara untuk mencari informasi yang terjadi di sekelilingnya ataupun hal-hal yang berhubungan dengan kepentingannya kapanpun dalam setiap kesempatan yang mereka miliki.

Dalam proses pencarian informasi yang dibutuhkan, manusia akan melakukan interaksi antara satu dengan lainnya melalui komunikasi. Dengan menggunakan komunikasi tersebut siapapun dapat menyampaikan pendapat atau keinginannya dan menerima pendapat atau saran dari orang lain baik secara langsung (tatap muka) maupun melalui media (perantara/tidak langsung). Media yang dimaksud ada beragam mulai dari

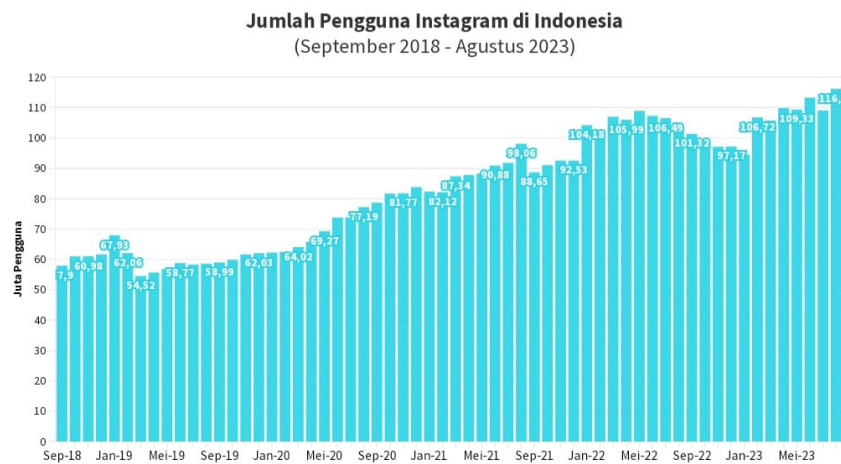
media massa seperti Surat Kabar, Majalah, Radio, TV, dll. Serta media baru (*new media*) yaitu media sosial, pada penelitian ini peneliti akan fokus pada media baru yaitu media sosial.

Media Sosial telah menjadi fenomena yang dikenal dan diketahui banyak orang. Di tahun 2023 ini, telah hadir berbagai macam aplikasi media sosial yang dapat kita gunakan untuk terhubung dengan teman, saudara, dan bahkan dengan orang yang belum dikenal. Penggunaan media sosial menjadi sebuah hal yang wajib dilakukan dalam kehidupan kita saat ini yang menitik beratkan pada saling terkait dan saling terhubung (Hans Karunia H, 2021).

Menurut Dave Kerpen dalam bukunya yang berjudul *Likeable Social Media* yang diterbitkan pada tahun 2011, media sosial didefinisikan sebagai sebuah platform yang berisi beragam konten seperti gambar, video, tulisan, serta adanya interaksi antar pengguna dan kelompok, termasuk organisasi (Kerpen, 2011). Pendapat tersebut dapat diartikan bahwa media sosial merupakan suatu wadah digital yang bisa digunakan untuk berkomunikasi antar individu penggunanya atau individu dengan kelompok melalui konten beragam yang telah dibagikan secara online, sehingga media sosial sebagai media informasi dapat menjadi sarana yang efektif dan efisien untuk melakukan pertukaran dan penyebaran informasi tanpa terhalang jarak dan waktu.

Beragam informasi telah dibagikan melalui media sosial salah satunya adalah Instagram. Instagram menjadi salah satu platform yang

diminati di Indonesia. Hal ini terbukti dari banyaknya orang yang menggunakan Instagram di Indonesia, hingga jumlahnya mencapai ratusan juta pengguna. Berdasarkan data Napoleon Cat, ada 116,16 juta pengguna Instagram di Indonesia hingga Agustus 2023. Jumlah tersebut meningkat 6,54% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebanyak 109,03 juta pengguna. Jika dibandingkan setahun sebelumnya, jumlah pengguna Instagram di Indonesia meningkat 11,8% (Rizaty, 2023).



Gambar 1.1 Grafik Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia
(Sumber: DataIndonesia.id)

Banyaknya pengguna Instagram di Indonesia akan memengaruhi berbagai macam kegunaannya akan kebutuhan informasi. Salah satunya yaitu akun Instagram @pemkotblitar yang menyampaikan berbagai informasi terkait Kota Blitar. Akun Instagram @pemkotblitar adalah sebuah platform yang memberikan informasi-informasi terkait kota Blitar (agenda pimpinan, event, pelayanan dinas, dll) yang dikelola oleh Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kota Blitar. Sesuai dengan tupoksi mereka yaitu

perumusan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi informasi dan komunikasi publik dan evaluasi aplikasi informatika.

Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kota Blitar sendiri pernah meraih penghargaan Terbaik ke-III kategori Media Sosial Dinas Kominfo dan Statistik Kabupaten/Kota se-Jawa Timur pada gelaran Jatim Public Relation Award (JPRA) 2022. Media sosial yang dikelola yaitu media sosial Instagram Pemerintah Kota Blitar. Penghargaan tersebut diserahkan dalam puncak acara Jatim Kominfo Festival yang diselenggarakan di Kota Batu, Jawa Timur (DISKOMINFOTIK Kota Blitar, 2022).

Pada Februari 2019, akun @pemkotblitar dibuat, dan mulai mendapat verifikasi pada bulan April 2023. Tujuannya adalah untuk menjadi saluran informasi yang secara *realtime* membahas berbagai informasi tentang Blitar untuk masyarakat kota Blitar. Akun @pemkotblitar juga membagikan berbagai pelayanan dari Dinas-dinas Kota Blitar seperti pelayanan laporan isu hoaks dari Diskominfo, pelayanan kesehatan (penyuluhan stunting, info akses Puskesmas/rumah sakit, dsb) dari Dinas Kesehatan Kota Blitar, prediksi dampak perubahan cuaca dari DLH, dan masih banyak lainnya. Tentu saja akun @pemkotblitar juga membagikan informasi terkait agenda pimpinan (Walikota dan Wakil Walikota), kinerja pemerintah, serta info kunjungan Pemerintah atau Dinas dari daerah lain.

Selain itu, informasi yang dibagikan beraneka ragam, tidak hanya tentang pemerintahan, ada juga informasi terkait acara atau kegiatan

sosial/kebudayaan dan lomba-lomba yang di gelar secara umum di kota Blitar, berbagai infografis, dan pelayanan darurat call center 112 Kota Blitar.

Dengan konsep yang ditawarkan Instagram saat ini, akun Instagram @pemkotblitar dapat memberikan informasi-informasi terbaru dengan cepat pada *followers* nya. Menurut Gordon B. Davis mengatakan, informasi adalah data yang telah di proses kedalam suatu bentuk yang mempunyai arti bagi si penerima dan mempunyai nilai nyata dan terasa bagi keputusan saat itu atau untuk keputusan mendatang (Siahaan, 1991).

Akun Instagram @pemkotblitar merupakan salah satu sarana yang dapat dengan cepat berbagi informasi kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan informasi. Kebutuhan masyarakat Kota Blitar terhadap informasi dari akun Instagram @pemkotblitar untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang kebijakan dan kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Blitar, untuk mengetahui pengumuman, informasi acara, dan pelayanan publik, dan untuk berpartisipasi aktif dalam proses pemerintahan.

Maka Instagram memiliki peranan yang sangat penting dalam menyebarkan informasi, hal tersebut merupakan kontribusi positif dari suatu jejaring sosial untuk peneyediaan layanan informasi pada publik. Sehingga mendapatkan apresiasi yang positif dari masyarakat. Dengan kata lain, masyarakat mendapatkan referensi dan informasi yang mereka butuhkan. Dan dengan diperolehnya penghargaan yang diraih menandakan

keseriusan Diskominfo dan Pemerintah Kota Blitar dalam menyebarkan informasi yang terpercaya serta menumpas hoaks. Dari hal inilah menjadi alasan peneliti untuk mengetahui apakah informasi yang diberikan oleh akun @pemkotblitar dapat bermanfaat bagi *followers*, karena manfaat dari komunikasi yaitu dapat menyampaikan dan memperluas suatu ide dan pikiran yang dimiliki seseorang kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan tersebut.

Dari penjelasan diatas yang telah dijabarkan maka dari itu, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram @pemkotblitar dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan oleh peneliti, maka telah ditetapkan masalah dalam penelitian sebagai berikut: Bagaimana Pemanfaatan media sosial instagram @pemkotblitar dalam pemenuhan kebutuhan informasi followers?

C. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan sudah pasti mempunyai tujuan yang akan dicapai. Adapun penelitian ini adalah untuk mengetahui Pemanfaatan media sosial instagram @pemkotblitar dalam pemenuhan

kebutuhan informasi followers dan untuk mengetahui karakteristik konten yang disajikan di Instagram @pemkotblitar.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademik

- a. Penelitian ini diharapkan bisa menambah referensi yang ada dan juga bisa digunakan untuk pengembangan penelitian, khususnya yang berkaitan dengan media sosial Instagram.
- b. Penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan di bidang ilmu komunikasi khususnya komunikasi yang menggunakan media sosial.

2. Manfaat Praktis

- a. Didalam Penelitian ini, diharapkan dapat menjadi rujukan dan menambah bahan bacaan atau sebagai landasan yang dapat digunakan dalam penelitian lanjutan bagi pembaca yang berminat untuk mengangkat penelitian yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial.
- b. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu baru serta wawasan dan pengetahuan terkait pemanfaatan media sosial dalam memenuhi kebutuhan informasi khalayak.

E. Kajian Pustaka

1. Penelitian Sebelumnya

Dalam penelitian ini peneliti mengambil tiga rujukan tinjauan pustaka. Tinjauan pustaka yang pertama merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Sekar Pitarini, Reni Nurraeni (2019) yang berjudul Pemanfaatan Media sosial sebagai media informasi (Studi deskriptif pada happy go lucky house). Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Happy Go Lucky House melakukan pemanfaatan Instagram dengan baik, di lihat dari kegiatan promosi yang dilakukan sangat beragam dan juga dapat memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia (Nurraeni, 2019).

Perbedaan dan persamaan penelitian yang dilakukan oleh Sekar Pitarini dan Reni Nurraeni dengan penelitian yang sedang diteliti adalah bahwa Sekar Pitarini dan Reni Nurraeni cenderung membahas media sosial Instagram sebagai media promosi, sedangkan penelitian yang diteliti memfokuskan pada media sosial Instagram sebagai media informasi. Persamaan terletak pada metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif deskriptif.

Tinjauan pustaka yang kedua merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Nadhifa Fitri Utami, Nova Yulianti (2022) berjudul Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi menjelaskan bahwa dengan adanya berbagai konten yang dimiliki, Urban Radio Bandung memiliki karakteristik kontennya sendiri yang Bandung banget, dimana

konten yang diberikan dikemas sesuai suasana orang Bandung. Perbedaan penelitian terletak pada lokasi penelitian (Yulianti, 2022). Penelitian yang dilakukan Nadhifa menggunakan Instagram Urban Radio Bandung, sedangkan penelitian yang sedang diteliti menggunakan Instagram Pemerintah Kota Blitar. Persamaannya terdapat isu yang dibahas yaitu mengenai Instagram sebagai media informasi.

Tinjauan pustaka yang ketiga merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Siti Nurbaiti (2020) dengan judul Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. Dari hasil penelitian Siti Nurbaiti menunjukkan bahwa efektivitas akun Instagram @infobandungraya memberikan pengaruh sebesar 55,95% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Perbedaan penelitian terletak pada metode penelitian yang digunakan, yaitu metode kuantitatif. Sedangkan untuk persamaan, keduanya menggunakan sosial media Instagram sebagai objek penelitian.

Tabel 1.1 Penelitian Sebelumnya

No.	Kriteria	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3
1.	Nama Peneliti	Sekar Pitarini, Reni Nurraeni (2019)	Nadhifa Fitri Utami, Nova Yulianti (2022)	Siti Nurbaiti Fauzziyyah dan Nofha Rina (2020)

No.	Kriteria	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3
2.	Judul Penelitian	Pemanfaatan Media sosial sebagai media promosi (Studi deskriptif pada happy go lucky house)	Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi	Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers
3.	Hasil	Happy go lucky house melakukan pemanfaatan Instagram dengan baik, di lihat dari kegiatan promosi yang dilakukan sangat beragam dan juga dapat memanfaatkan	Dengan adanya berbagai konten yang dimiliki, Urban Radio Bandung memiliki karakteristik kontennya sendiri yang Bandung banget, dimana konten yang diberikan	Efektivitas akun Instagram @infobandungraya memberikan pengaruh sebesar 55,95% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi <i>followers</i> .

No.	Kriteria	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3
		berbagai fitur yang tersedia.	dikemas sesuai suasana orang Bandung	
4.	Persamaan	Menggunakan metode deskriptif kualitatif	Membahas media informasi aplikasi Instagram	Keduanya menggunakan sosial media Instagram sebagai objek penelitian
5.	Perbedaan	Terletak pada lokasi penelitian yang berbeda	Perbedaan terletak pada lokasi penelitian	Metode penelitian yang digunakan, yaitu metode kuantitatif.

Sumber: Oleh Peneliti

F. Kerangka Teori

1. Pemanfaatan

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Teddy Jurnal, yang dikutip dalam karya Rahmawati, pemanfaatan teknologi diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan menggunakan teknologi tertentu untuk mencapai tujuan dan hasil tertentu. Dengan menggunakan perangkat digital sebagai medium, pemanfaatan teknologi menjadi suatu proses yang melibatkan aktivitas dalam menyampaikan pesan dan menyediakan informasi dengan maksud memberikan pengetahuan dari pembuat pesan. Secara esensial, pemanfaatan teknologi dapat dianggap sebagai suatu langkah dalam optimalisasi suatu entitas dengan tujuan meraih hasil serta keuntungan yang diinginkan (Rahmawati, 2012).

2. Teori Media Baru

Media baru, atau yang sering disebut sebagai *new media*, merujuk pada medium komunikasi yang memanfaatkan teknologi, internet, dan memungkinkan interaksi antar pengguna. Karakteristik inherent dari media baru mencakup sifat yang terbuka, terhubung, interaktif, serta kemampuan penggunaan yang bersifat mobile, dapat diakses di berbagai tempat dan waktu. Dalam konteks ini, media baru diidentifikasi sebagai sarana komunikasi yang dapat dengan mudah dibuat, diproses, disimpan, dicari, dihubungkan, diakses, dan diunduh,

menunjukkan adaptabilitas dan kemudahan dalam pengelolaan informasi (Shihab, 2018)

Media baru juga dapat diidentifikasi sebagai hasil konkrit dan representasi budaya yang berasal dari sistem saluran informasi massal, yang diarahkan kepada audiens yang luas dengan menggunakan sistem pemasaran modern. Sesuai dengan pandangan Lev Manovich, media baru mempersembahkan perspektif inovatif dalam ranah media massa yang terdapat di tengah masyarakat, dan pada saat yang sama, memiliki potensi untuk menjadi artefak budaya yang baru dan bersejarah (Sudrajat, 2021).

Sedangkan menurut Mcquail dalam Yesi Puspita, indikator yang menjadi pembeda antara media baru dengan media yang konvensional, berdasarkan dari sudut pandang pengguna (*user perspective*) adalah sebagai berikut:

1. *Interactivity* (interaksi): yaitu interaksi antara pengirim pesan dan komunikan terkait dengan topik yang sedang didiskusikan (pesan).
2. *Social presence* (kehadiran sosial): yang dirasakan oleh para pengguna media media sosial. Dan proses interaksi yang didapatkan di dalam media baru yang memiliki fungsi sebagai jembatan komunikasi agar dapat mengirimkan dan menerima pesan dengan baik sehingga meminimalisir kesalahpahaman dalam berkomunikasi.

3. *Autonomy*: pengguna memiliki kontrol untuk mengendalikan isi dan menggunakan media baru secara independen sesuai dengan kebutuhannya.
4. *Playfulness* (keceriaan): kesenangan atau hiburan yang didapatkan pengguna dengan menggunakan media baru.
5. *Privacy* (privasi): hal pribadi yang menjadi Batasan informasi terkait data diri pengguna.
6. *Personalization* (personalitas): menekankan bahwa isi pesan dalam komunikasi dan penggunaannya menjadi personal dan utuh (Puspita, 2015).

Media baru juga dapat dikatakan sebagai sebuah jaringan sosial berupa layanan yang didalamnya para pengguna dapat berinteraksi melalui konten-konten yang disajikan seperti konten informasi, konten yang menghibur, dan konten edukasi.

3. Instagram

Menurut Bambang, Instagram adalah sebuah aplikasi dari smartphone yang khusus untuk media sosial dan merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan Twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena instagram mempunyai fitur yang dapat

membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus (Atmoko, 2012).

Sama halnya dengan jenis sosial media yang lain, Instagram pun mempunyai beberapa fitur guna mempermudah interaksi pengguna yaitu sebagai berikut:

a. Profil

Dalam bagian ini terdapat informasi pengguna Instagram, entah dirinya sendiri atau sesama pengguna lain yang berinteraksi dengannya. Disini juga akan menunjukkan jumlah & berbagai foto (postingan) milik pengguna, total following dan followers dan deskripsi pendek tentang profil (bio singkat).

b. DM (*direct message*)

Direct message merupakan fitur *instagram* yang berfungsi untuk mengirim pesan kepada pengguna lain. *Direct message* ini bersifat pribadi sehingga tidak ada orang lain yang mengetahui.

c. Followers dan following

Sistem untuk saling berteman antara sesama pengguna di Instagram, dengan cara saling mengikuti pada suatu akun. *Followers* merupakan pengikut akun di *instagram* *followers* mampu melihat aktivitas kita sehari-hari di *instagram*. Sedangkan *following* merupakan akun *instagram* yang telah kita ikuti sehingga kita mampu melihat kegiatan dari akun yang telah kita ikuti tersebut.

d. Hashtag

Hashtag diawali dengan simbol # (tagar) yang berfungsi mempermudah pengguna dalam mencari foto atau postingan tertentu yang ada dalam Instagram menggunakan kata kunci tertentu.

e. Like dan sembunyikan jumlah like

Merupakan suatu media interaksi antara satu pengguna dengan yang lainnya, dengan cara menyukai suatu postingan melalui klik tap pada postingan yang diunggah. Selain itu, Instagram kini telah resmi menyembunyikan hitungan "*like*" di platformnya secara global. Fitur ini disiapkan guna untuk menjaga kesehatan mental penggunanya, agar tidak terobsesi dengan jumlah like dari akun lainnya.

f. Komentar, sematkan komentar, dan nonaktifkan komentar

Termasuk bagian dari fitur interaksi juga namun secara lebih dekat bisa memberi komentar berupa saran, pujian atau kritikan ke pengguna tertentu. Secara resmi Instagram merilis fitur komentar yang disematkan. Dengan adanya fitur ini memungkinkan para pengguna menyematkan tiga komentar pada postingan ke urutan teratas. Instagram kini juga memiliki fitur membatasi dan menonaktifkan komentar. Adanya fitur ini tentu sangat membantu para pengguna untuk mencegah adanya komentar - komentar negatif yang akan diberikan oleh netizen. Untuk menghindari hal tersebut,

fitur ini membantu untuk menonaktifkan komentar dilakukan di Instagram.

g. Mentions

Mentions merupakan fitur yang memudahkan pengguna untuk memanggil atau menyapa pengguna lainnya baik dalam story, postingan ataupun kolom komentar. Tujuannya tentu untuk berinteraksi satu sama lain.

h. Caption

Deskripsi yang ada di setiap postingan yang diunggah, seperti pesan yang ingin disampaikan pengguna kepada publik.

i. Feeds

Feeds merupakan salah satu fitur penting yang ada di Instagram, feeds adalah halaman profil yang isinya berupa postingan foto, video dan reels. Untuk menarik hati followers biasanya feeds didesain semenarik mungkin.

j. Instagram Reels

Fitur Instagram ini mirip dengan aplikasi TikTok, dengan fokus untuk memungkinkan pengguna merekam video pendek yang diatur ke klip suara yang sudah ada sebelumnya dari unggahan lain. Durasi reels video lebih lama bisa mulai dari 1 menit sampai 10 menit.

k. Instastory

InstaStory adalah istilah yang merujuk kepada cerita atau konten berupa gambar atau video yang dapat dibagikan oleh pengguna di platform media sosial Instagram. Cerita ini bersifat sementara dan hanya dapat dilihat oleh pengikut pengguna selama 24 jam setelah diposting. InstaStory memungkinkan pengguna menambahkan fitur kreatif seperti stiker, teks, gambar, dan filter ke gambar atau video mereka. Mereka juga dapat menambahkan fitur interaktif seperti poling atau tanya-jawab.

l. Live Instagram

Fitur live instagram adalah tayangan langsung lewat instagram, tayangan langsung ini berupa video sehingga pemilik akun mampu berinteraksi langsung dengan para *followers*. Saat ini live instagram dipakai untuk mempromosikan suatu barang dagangan, biasanya yang *join* live instagram mendapatkan diskon untuk membeli produk tersebut.

m. Insight

Fitur *insight* bertujuan untuk mengetahui perkembangan aktivitas pada suatu akun isntagram. Fitur *insight* dapat menampilkan keseluruhan kinerja dan data, serta dapat melihat analisis terperinci dari suatu postingan. *Insight* sering kali digunakan oleh akun-akun bisnis atau konten creator di Instagram.

n. Highlights

Highlights atau sorotan adalah fitur untuk mengoleksikan postingan yang ada di instastory yang telah berakhir masa postingannya.

o. Share

Share digunakan untuk membagikan atau mengirimkan postingan ke followers melalui dm atau *direct message*.

p. Kamera dan filter

Fitur kamera ini untuk memudahkan para pengguna agar bisa mengupload video atau foto secara langsung. Sedangkan filter adalah fitur gabung menjadi satu dengan kamera, filter instagram mampu menarik bagi para pengguna untuk mengabadikan momennya.

q. Explore

Expolere adalah fitur instgram yang berisikan rekomendasi dari akun pengguna yang lain.

r. Save

Save merupakan fitur instgram untuk menyimpan fotoatau video milik pengguna lain.

4. Informasi

Dalam kehidupan sehari-hari setiap individu tentu membutuhkan informasi. Informasi dibutuhkan sebagai pemenuhan kebutuhan,

pengambilan sebuah keputusan, hiburan, pembelajaran dan informasi juga dibutuhkan untuk mengoreksi peristiwa atau pembenaran dan juga menambah wawasan dan pengetahuan. Data yang telah diolah menjadi lebih berarti bermanfaat dan berguna bagi penggunanya merupakan sebuah informasi (Permana, 2008).

Informasi didefinisikan sebagai data atau fakta yang diterima untuk dikomunikasikan, dan dapat berupa fakta, pengetahuan, atau pesan yang disampaikan melalui berbagai media. Informasi sangat penting untuk proses komunikasi dan pengambilan keputusan. Seringkali informasi dikirim melalui berbagai saluran komunikasi, seperti lisan, tertulis, atau melalui media elektronik. Proses ini mencakup pengiriman data atau pesan kepada orang yang menerimanya.

Dalam era digital, orang semakin cepat dan lebih luas berbagi informasi melalui internet dan teknologi komunikasi lainnya. Kemampuan mengelola, menganalisis, dan memahami data sangat penting dalam berbagai bidang kehidupan, seperti pendidikan, bisnis, dan penelitian. Dari beberapa pengetahuan di atas, informasi dapat didefinisikan sebagai sekumpulan fakta yang telah diproses untuk menghasilkan sesuatu yang dapat dipahami, dan bermanfaat bagi yang menerimanya, lalu suatu saat akan memengaruhi kehidupan penggunanya.

Ciri-ciri informasi sebagai berikut:

- a. Benar atau salah: informasi ini berkaitan dengan kebenaran atau kesalahan tentang apa yang sebenarnya terjadi.
- b. Baru: penerima harus mendapatkan informasi yang benar-benar baru.
- c. Tambahan: informasi dapat memperbarui atau memberikan perubahan terhadap informasi yang telah ada.
- d. Korektif: informasi dapat digunakan untuk memperbaiki informasi yang salah atau akurat sebelumnya.
- e. Penegas: informasi dapat memperkuat informasi sebelumnya, sehingga meningkatkan keyakinan.

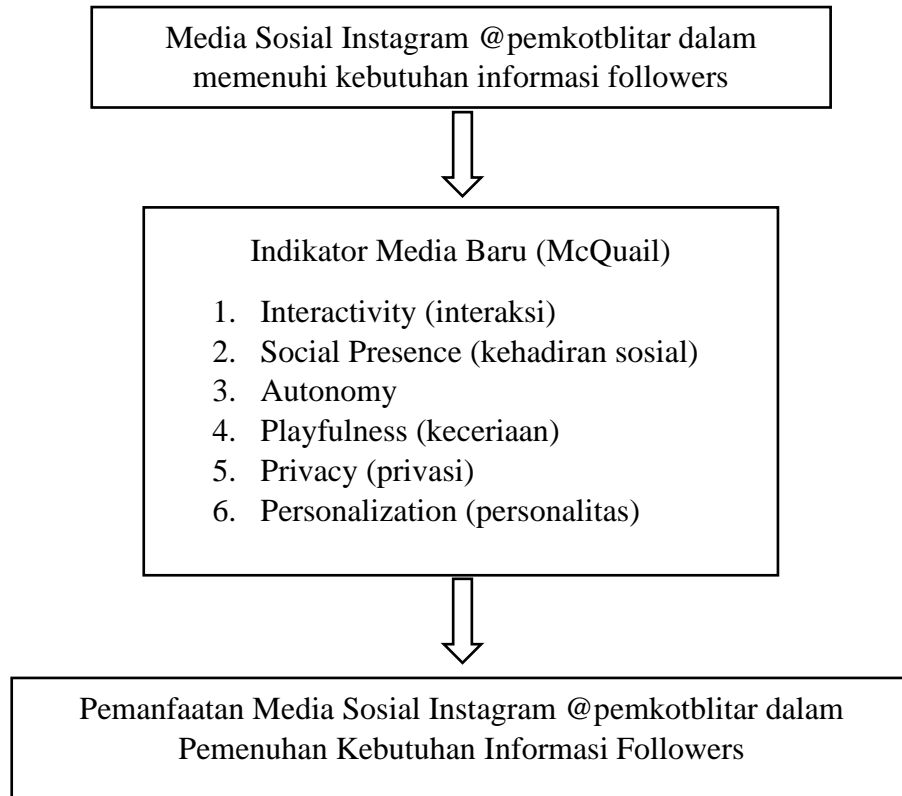
Beberapa jenis kebutuhan terhadap informasi (Guha, 2004):

- a. *Current need approach*, adalah pendekatan kepada kebutuhan pengguna Informasi yang bersifat mutakhir. Pengguna melakukan interaksi dengan sistem informasi umum dalam menambah wawasannya. Jenis pendekatan ini perlu adanya interaksi yang konstan antara pengguna dengan sistem informasi.
- b. *Everyday need approach*, adalah pendekatan terhadap kebutuhan pengguna yang sifatnya spesifik dan cepat. Informasi yang dibutuhkan pengguna merupakan informasi yang rutin dihadapi oleh pengguna.
- c. *Exhaustic need approach*, adalah pendekatan terhadap kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam, pengguna informasi

mempunyai ketergantungan yang tinggi pada informasi yang dibutuhkan dan relevan, signifikan dan lengkap.

- d. *Catching-up need approach*, adalah pendekatan terhadap pengguna akan informasi yang ringkas, tetapi juga lengkap khususnya mengenai perkembangan terakhir suatu subyek yang diperlukan dan hal-hal yang sifatnya relevan.

G. Kerangka Berfikir



H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif yakni penelitian dengan menggunakan data berupa kata dan kalimat (deskriptif) yang tertulis maupun lisan dan didapatkan dengan metode wawancara atau rekaman dari organisasi yang diamati. Menurut Setiawan penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan berusaha menemukan dan juga menggambarkan secara naratif kegiatan-kegiatan yang dilakukan, serta dampak dari tindakan yang dilakukan tersebut terhadap kehidupan. Penelitian kualitatif juga merupakan penelitian yang menggunakan latar alamiah yang dimaksudkan untuk menafsirkan fenomena-fenomena yang terjadi dengan metode-metode kualitatif (Setiawan, 2018).

2. Lokasi/objek Penelitian

Objek penelitian yaitu beberapa pengikut Instagram Pemerintah Kota Blitar serta pengelola Instagram @pemkotblitar.

3. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan sejak September 2023 hingga Januari 2024. Jangka waktu ini sudah mencakup wawancara dengan informan, rancangan-rancangan pertanyaan wawancara, pengumpulan dokumen dan poin-poin pendukung lain.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa cara yakni:

a. Wawancara (Interview)

Interview merupakan alat yang sangat penting dalam mengumpulkan data di dalam penelitian dengan melibatkan seseorang atau beberapa orang sebagai subjek yang berkaitan dengan persoalan yang sedang diteliti. Penelitian ini akan menggunakan jenis wawancara dengan panduan pertanyaan. Pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan juga berkembang sesuai alur pada saat *interview*.

Dalam penelitian, pewawancara akan lebih memfokuskan menggunakan *interview guide* untuk mendapatkan hasil yang mendalam dan fokus terhadap persoalan-persoalan penelitian. Menurut Pawito, *interview guide* akan diisi dengan pertanyaan-pertanyaan secara garis besar mengenai informasi yang ingin didapat dari narasumber (Pawito, 2008).

b. Observasi

Menurut Nasution dalam buku karya Sugiyono yang berjudul “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D” menjelaskan bahwa observasi merupakan sebuah dasar dalam ilmu pengetahuan untuk mengetahui fakta atau

kenyataan yang diperoleh dari pengamatan sebuah penelitian (Sugiyono, 2019). Melalui Teknik observasi ini, peneliti dapat belajar mengenai perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Tidak hanya itu, peneliti mendapat pengalaman langsung juga dapat melihat hal-hal yang kurang atau tidak terlihat oleh orang lain karena telah dianggap biasa dan hal yang tidak akan terungkap dalam wawancara.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan menganalisis dokumen-dokumen yang di buat oleh subjek penelitian atau orang diluar subjek tersebut. Dokumentasi dapat dijadikan sebagai data pendukung yang diperlukan sebagai salah satu bukti lapangan. Menurut Sugiyono dokumentasi adalah sebuah studi dengan memperoleh data guna melengkapi penelitian kualitatif dengan metode observasi dan wawancara sehingga hasil dari penelitian yang dilakukan dapat lebih kredibel (Sugiyono, 2019).

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Dalam penelitian kualitatif ini, menurut Miles dan Hubberman analisis terdiri dari tiga alur kegiatan, yaitu sebagai berikut:

a) Reduksi data

Reduksi data merupakan proses pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan dan membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan dapat ditarik dan diverifikasi.

b) Penyajian Data

Dalam penyajian data seluruh data yang ada di lapangan yang berupa hasil dari observasi, wawancara, dan dokumentasi akan dianalisis sesuai dengan teori-teori yang telah dijelaskan diatas.

c) Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan menurut Miles dan Huberman hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Proses penarikan kesimpulan berdasarkan penggabungan informasi yang telah disusun dalam bentuk yang tepat pada penyajian data (Milles, 2014). Melalui informasi tersebut, peneliti dapat memaparkan kesimpulan dari sudut pandangan peneliti.

6. Teknik Validasi Data

Teknik validasi data merupakan sebuah evaluasi untuk menentukan data-data yang ada mendukung dalam kesimpulan yang sudah diperoleh. Selain itu, validasi juga berkaitan dengan ketepatan prosedur penelitian

yang dilakukan, sehingga hasil dan kesimpulan penelitian dapat dipercaya sebagai suatu kebenaran umum.

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber data, yang mana merupakan sebuah teknik pengumpulan data dengan menggabungkan data yang sudah didapat dari observasi, wawancara, dan dokumentasi yang kemudian diolah dengan menggunakan teknik yang sama. Triangulasi data dilakukan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan akun instagram dalam memenuhi kebutuhan informasi *follower*. Penelitian melakukan wawancara dengan mengajukan pertanyaan yang dapat mengkonfirmasi kebutuhan dari para pengikut Instagram Pemkot Blitar.