

BAB I

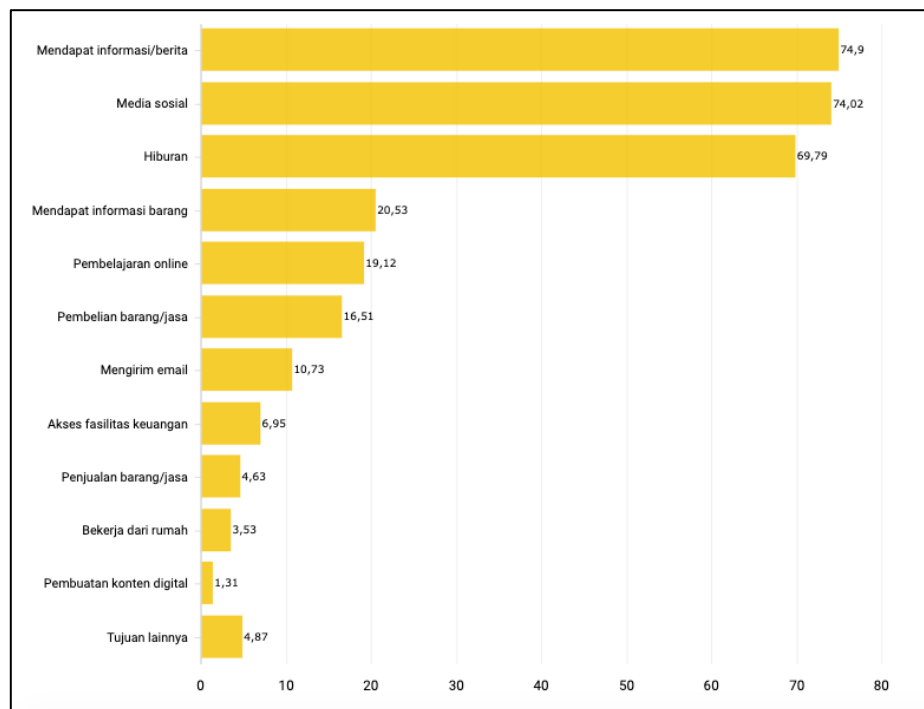
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) mengalami perkembangan yang sangat pesat di Indonesia. Perkembangan TIK tersebut dapat diketahui melalui Indeks Pembangunan TIK sebagai salah satu indikator pengukuran perkembangan TIK di wilayah Indonesia. Berdasarkan data pada laman Badan Pusat Statistik (2023a) tentang Indeks Pembangunan TIK di Indonesia, diketahui bahwa pembangunan TIK Indonesia menunjukkan perkembangan positif. Dalam kurun waktu lima tahun terakhir perkembangan pembangunan TIK di Indonesia terus mengalami peningkatan, terhitung sejak tahun 2018 senilai 5,07 dan terus meningkat hingga tahun 2022 dengan nilai 5,85. Salah satu indikator penyusun Indeks Pembangunan TIK di Indonesia adalah tingkat penggunaan TIK. Penggunaan TIK menjadi subindeks dengan peningkatan paling tinggi pada tahun 2022, dengan jumlah pertumbuhan sebesar 2,83%. Terdapat tiga indikator penyusun subindeks penggunaan TIK, yang diantaranya adalah persentase individu yang merupakan pengguna internet. Sejalan dengan meningkatnya penggunaan TIK, jumlah individu sebagai pengguna internet juga terus meningkat setiap tahunnya. Hal tersebut dibuktikan dengan peningkatan jumlah pengguna internet pada tahun 2022 sejumlah 66,48% yang meningkat sebanyak 4,38% dibandingkan pada tahun 2021 sejumlah 62,10%.

Perkembangan TIK secara masif telah membentuk pola kehidupan pada masyarakat luas dan juga industri, yang ditandai dengan masifnya penggunaan internet. *“The rapid evolution of information and communications technology (ICT) is bringing drastic changes to society and industry”* [kemajuan pesat TIK membawa perubahan drastis bagi masyarakat dan industri] (Fukuyama, 2018). Jumlah pengguna internet yang terus meningkat seiring berjalannya waktu menjadi salah satu gambaran bahwa TIK yang mencakup internet, sudah menjadi bagian yang sangat melekat dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat moder. Sejalan dengan (Deursen & Helsper, 2018) yang menyampaikan bahwa *“Personal and social uses of the Internet have the most collateral benefits”* [penggunaan internet untuk keperluan

personal dan sosial memiliki manfaat paling besar]. Lebih spesifik, internet secara personal digunakan langsung untuk mempengaruhi pencapaian serta kepuasannya dalam berbagai tujuan. Masyarakat Indonesia menggunakan internet untuk berbagai tujuan. Berdasarkan Survei Sosial Ekonomi Nasional tahun 2022 pada Statistik Telekomunikasi Indonesia oleh Badan Pusat Statistik (2023b), terdapat dua tujuan penggunaan internet yang paling mendominasi, yaitu untuk mendapatkan informasi/berita sebanyak 74,90% dan untuk penggunaan media sosial sebanyak 74,02%. Internet juga digunakan untuk berbagai tujuan lain, termasuk untuk hiburan (69,79%), penggunaan untuk mendapat informasi mengenai barang atau jasa (20,53%), penggunaan untuk pembelajaran online (19,12%), penggunaan untuk pembelian barang/jasa (16,51%), penggunaan untuk mengirim atau menerima email (10,73), penggunaan untuk menunjang fasilitas finansial (6,95), lainnya (4,87%), penggunaan untuk penjualan barang atau jasa (4,63%), penggunaan kegiatan bekerja online dari rumah (3,53%), dan penggunaan untuk membuat konten digital (1,31%).



Gambar 1.1 Persentase Tujuan Penggunaan Internet Usia 5 Tahun ke Atas

Sumber: (<https://databoks.katadata.co.id>, 2022)

Internet memegang peranan kunci dengan menyediakan akses cepat ke teknologi informasi di berbagai bidang. *“The internet represents an important place as a ‘source of expanding horizons’. Namely, due to its prevalence, the network provides fast access to information technology in numerous fields.”* [Internet menjadi tempat penting sebagai “sumber perluasan cakrawala”. Hal tersebut dikarenakan prevalensinya, jaringan yang menyediakan akses cepat ke teknologi informasi di berbagai bidang] (Szymkowiak et al., 2021). Lebih lanjutnya, penggunaan internet untuk mendapatkan informasi didorong oleh karakteristik generasi saat ini yang memiliki kecenderungan dalam mengkonsumsi informasi dari berbagai sumber, penggunaan media digital, dan kebutuhan untuk menerima jenis informasi baru yang berbeda. Penggunaan internet sebagai sumber informasi akan mempengaruhi sejauh mana seseorang akan menggunakan kembali dan mengandalkan internet sebagai tempat untuk untuk mendapatkan informasi di masa mendatang. *“...it is possible that certain aspects of the Internet, such as its vastness, depth, and reliability make becoming reliant on the Internet particularly useful...”* [terdapat kemungkinan bahwa aspek-aspek yang dimiliki oleh internet seperti keluasan, kedalaman, dan keandalan informasi menjadikan adanya ketergantungan yang berguna terhadap internet] (Storm et al., 2017). Sehingga, tidak dapat dipungkiri bahwa sekarang masyarakat mengandalkan internet sebagai salah satu alat untuk menuju sumber informasi bagi para penggunanya karena keunggulan internet itu sendiri, yang dapat memberikan akses mudah dan cepat kepada informasi.

Kemudahan masyarakat dalam mengakses cakrawala informasi tidak lepas dari peran media yang mengolah sedemikian banyak informasi yang ada internet, menjadi suatu informasi yang mudah dipahami dan dimanfaatkan oleh masyarakat saat ini. Perkembangan TIK menjadi jembatan hadirnya berbagai media yang dapat dimanfaatkan dengan mudah oleh masyarakat sebagai media komunikasi, informasi, hingga hiburan, atau yang biasa disebut dengan istilah *New Media*. (McQuail, 2010) berpendapat bahwa *“The ‘New Media’ discussed here are in fact a disparate set of communication technologies that share certain features, apart from being new, made possible by digitalization and being widely available for personal use as*

communication devices” [Media Baru adalah istilah yang digunakan untuk seperangkat teknologi komunikasi berbeda dengan beragam fitur, yang tidak hanya baru tetapi sudah terdigitalisasi dan tersedia secara luas untuk penggunaan secara pribadi sebagai alat komunikasi]. *New Media* adalah bentuk dari perkembangan media tradisional ke media baru sebagai masa transisi masyarakat dalam berkomunikasi dan mencari informasi pada era digital ini. *New Media* membuka peluang bagi masyarakat mendapatkan informasi secara masif baik dengan berbicara, berbagi, berpartisipasi, maupun membentuk jejaring *online* (Habibah & Irwansyah, 2021). Media sosial merupakan salah satu jenis *New Media* yang cukup banyak digunakan dan dimanfaatkan oleh masyarakat dalam memperoleh informasi.

Media sosial sebagai salah satu jenis dari *New Media* yang memfasilitasi masyarakat dalam mendapatkan informasi. Media sosial menyajikan berbagai informasi yang seringkali saat ini dijadikan oleh para penggunanya sebagai sumber referensi untuk mencari atau memberikan informasi tertentu (Marchamah & Jayadilaga, 2022). Media sosial memiliki jumlah penggunaan kedua tertinggi setelah tujuan untuk mendapatkan informasi/berita, berdasarkan data tujuan masyarakat dalam menggunakan internet. Hal tersebut menggambarkan bahwa media sosial merupakan produk perkembangan TIK dampak yang besar. Saat ini terdapat beberapa *platform* media sosial yang marak digunakan oleh masyarakat Indonesia, diantaranya adalah Instagram, Twitter, YouTube, dan jenis media sosial lainnya. Semenjak kemunculannya, pengguna media sosial terus mengalami peningkatan. Dikutip dari laman datareportal.com yang menampilkan hasil analisis dari *We Are Social*, diketahui bahwa terdapat terus terdapat peningkatan jumlah pengguna media sosial di Indonesia setiap tahunnya. Berdasarkan data yang tersedia, di tahun 2021 terdapat total 170 juta jumlah pengguna media sosial. Data tersebut semakin meningkat setiap tahunnya, pada tahun 2021 meningkat menjadi 191,4 juta pengguna, dan total 167 juta pengguna pada bulan Januari 2023. Jumlah dari total pengguna media sosial di Indonesia tersebut setara dengan 60.4% dari total populasi masyarakat Indonesia. Namun, jumlah total pengguna media sosial pada tahun 2023 masih merupakan permulaan, masih terdapat

kemungkinan bahwa total angka jumlah pengguna tersebut akan meningkat dengan total yang lebih banyak jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.

Peningkatan jumlah pengguna media sosial dari tahun ke tahun menunjukkan potensi media sosial, yang bukan hanya sebagai sumber hiburan namun juga sebagai sarana pencarian informasi. Jumlah penggunaan media sosial yang terus meningkat tersebut berkaitan dengan pengaruh dari terpaan media. Terpaan media adalah aktivitas masyarakat dalam mendengarkan, melihat, serta membaca informasi pada media massa atau memiliki pengalaman dan perhatian terhadap suatu informasi (Safira & Zurani, 2022). Terpaan media dapat memiliki pengaruh besar terhadap pola pikir, preferensi, dan perilaku individu atau masyarakat secara umum, tergantung pada berbagai faktor seperti intensitas paparan, konten yang disajikan, dan karakteristik dari individu atau masyarakat tersebut. Keberadaan media sosial mendorong berbagai cara individu atau masyarakat dalam menyikapi terpaan media. Media sosial memungkinkan berpartisipasi, berbagi, menciptakan isi serta berjejaring sosial untuk nantinya berinteraksi sosial seperti saling berbagi informasi dan melakukan komunikasi antar pengguna (Cahyono, 2016). Media sosial kini memiliki peranan penting dalam penyebaran berbagai jenis informasi, termasuk informasi yang bersifat pendidikan, personal, informasi-informasi yang sedang menjadi perbincangan hangat seperti berita terkini dan gosip selebriti, informasi yang bersifat politik, serta informasi kasual yang bersifat umum (Osatuyi, 2013). Ketersediaan beragam jenis informasi dan kemudahan yang ditawarkan oleh kehadiran media sosial tentunya akan mempermudah pengguna dalam melakukan pemenuhan kebutuhan informasi yang dimilikinya. Terlebih pemenuhan kebutuhan informasi yang bersifat terkini dan terbaru. Kebutuhan informasi mengenai hal-hal yang masih hangat diperbincangkan saat itu tentunya akan dimiliki oleh siapapun, termasuk para *digital natives* yang merupakan sebutan bagi individu yang lahir pada era digital dengan rentang usia 17-34. *Digital natives* tentunya hidup berdampingan dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh kehadiran teknologi.

Kebutuhan akan suatu informasi menjadi salah satu kebutuhan yang akan selalu dimiliki manusia untuk berkegiatan dalam kegiatan sehari-harinya. Kebutuhan

informasi adalah kebutuhan yang bersifat mendasar yang dimiliki manusia yang dimulai bahkan sejak saat manusia dapat berkomunikasi (Zalmi, 2017). Seiring dengan perkembangan yang ada, terlebih perkembangan teknologi informasi, menjadikan kebutuhan informasi sebagai salah satu hal yang lebih kompleks karena masing-masing individu memiliki kebutuhan akan informasi yang beragam. Selain itu, individu juga semakin menginginkan informasi-informasi mengenai suatu hal secara spesifik dengan frekuensi yang tinggi, cepat, dan tentunya dapat dipercaya. Ragam kebutuhan informasi pengguna dapat dilatarbelakangi oleh berbagai macam hal. Salah satu penyebab dari munculnya kebutuhan informasi adalah karena individu yang merasa terdapat kesenjangan antara informasi yang dibutuhkan dengan informasi yang dimiliki (Fatmawati, 2015). Kebutuhan informasi tiap individu yang beragam akan menjadikan individu tersebut berupaya untuk memenuhinya. Termasuk dalam konteks kebutuhan informasi dan upaya pemenuhan informasi yang dilakukan oleh *digital natives*.

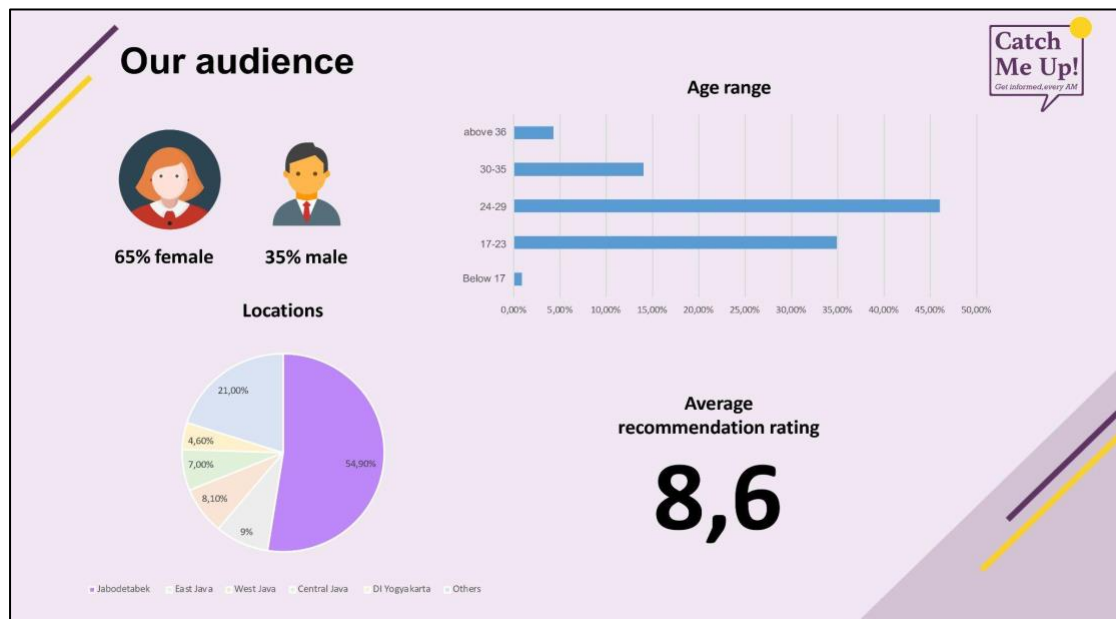
Digital natives memiliki kebutuhan informasi tertentu yang cepat dan tepat serta terkini, yang memungkinkan bagi mereka untuk melakukan penelusuran ke berbagai sumber informasi, termasuk melalui media sosial. Hal tersebut dapat dikarenakan oleh sifat bawaan *digital natives* itu sendiri yaitu, “...*digital natives*’ *supposedly innate comfort with using technology...*” [kenyamanan bawaan *digital natives* dalam menggunakan teknologi] (Thompson, 2013). Lebih lanjut, Tunggadewi (2022) berpendapat bahwa salah satu karakteristik yang dimiliki oleh *digital natives* adalah keinginan untuk memperoleh suatu informasi dengan segera dan berasal dari sumber yang bersifat daring. Terdapat asumsi tentang gaya belajar dari *digital natives*, dimana “...*learning styles of the digital natives based on the assumption that they are accustomed to learning at high speed, making random connections, multitasking, and rapidly processing visual dynamic information...*” [metode belajar *digital natives* didasarkan pada anggapan bahwa mereka terbiasa melakukan pembelajaran cepat, keterhubungan secara acak, dan pemrosesan informasi visual yang dinamis] (Ghaith, 2010). Karakteristik yang dimiliki oleh *digital natives* memiliki keselarasan dengan sifat alami dari media sosial. Sifat alami dari media sosial yang menyajikan informasi secara *real-time* dan interaktif memberikan kemudahan bagi penggunaannya. Salah satu

pengaruh positif yang bisa dirasakan adalah persebaran informasi yang sangat cepat juga sangat efisien dalam menyampaikan pemahaman serta pengetahuan pada masyarakat (Rachman, 2019). Hal tersebut dapat mempengaruhi kegiatan pemenuhan kebutuhan informasi para *digital natives* berdasarkan kualitas informasi yang ditampilkan dalam sebuah konten media sosial tersebut.

Digital natives akan menggunakan salah satu atau bahkan lebih platform media sosial dalam upaya pemenuhan kebutuhan informasi yang dimilikinya. Hal itu berkaitan dengan preferensi individu dalam memilih dan menggunakan media yang digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Teori *uses and gratifications* menjelaskan bahwa pengguna memilih media yang sesuai dengan kebutuhan mereka, serta keterkaitan antara pemenuhan kebutuhan dengan pemilihan media tersebut tergantung pada masing-masing pengguna (Katz dkk., 1973). Teori *uses and gratifications* dalam konteks *digital natives* tergambar melalui data jumlah pengguna media sosial instagram di Indonesia saat ini, pada rentang usia tertentu. Dikutip dari laman datareportal.com diketahui bahwa terdapat total 100.9 juta pengguna media sosial Instagram. Sejalan dengan hal tersebut, dilansir dari laman (Statista, 2023), pengguna instagram didominasi oleh remaja dan dewasa muda, dengan persentase pengguna instagram usia 18-24 tahun sejumlah 38,9% dan pengguna usia 25-34 tahun dengan persentase 29%. Meskipun jumlah pengguna Instagram di Indonesia dapat dikatakan lebih sedikit jika dibandingkan dengan jumlah pengguna Facebook ataupun TikTok, namun dalam praktiknya media sosial Instagram cenderung menjadi salah satu media yang sering digunakan sebagai media penyebaran informasi. Hal ini didasarkan pada faktor yang dipaparkan oleh Fauziyyah & Rina (2020), bahwa Instagram cukup efektif untuk memenuhi kebutuhan informasi penggunanya, dengan memperhatikan faktor seperti keakuratan dan kejelasan informasi, sehingga dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan penggunanya. Saat ini Instagram seringkali digunakan sebagai media penyebaran informasi. Terdapat banyak pihak yang menggunakan Instagram untuk menyebarkan informasi-informasi berkaitan dengan hal tertentu. Instagram dapat dijadikan sebagai media untuk mempublikasikan berita dari segala bidang yang sedang trending dengan mengolah informasi atau konten sehingga

dapat disajikan dengan menarik (Noventa dkk., 2023). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media informasi juga dilakukan oleh @catchmeupco sebagai akun instagram media berita.

@catchmeupco adalah salah satu *platform newsletter* pertama di Indonesia. Berbeda dengan konsep *newsletter* luar negeri seperti *Morning Brew* yang hanya berfokus pada satu topik saja, @catchmeupco menghadirkan fokus cakupan informasi yang lebih luas termasuk ekonomi, politik, kesehatan, dan cakupan informasi lainnya. Cakupan informasi yang disajikan oleh akun Instagram @catchmeupco sesuai dengan karakteristik yang dimiliki oleh *digital natives*. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan penemuan dari Supratman (2018) bahwasannya *digital natives* menggunakan media sosial untuk berbagai tujuan, diantaranya kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai berbagai topik yang tersedia, termasuk informasi untuk memperoleh pengetahuan tentang suatu berita tertentu, dan juga *digital natives* menyukai suatu informasi dengan gaya bahasa yang informal. Pada awalnya, @catchmeupco hanya memanfaatkan *e-mail* sebagai sarana penyebaran informasi kepada para pembaca. Namun, dengan maraknya penggunaan platform digital oleh berbagai portal berita di Indonesia dan perkembangan aplikasi serta platform media sosial, menjadi alasan yang mendorong penggunaan media sosial oleh @catchmeupco dalam menyebarkan informasi kepada para pembacanya. Lebih khusus, pada media sosial instagram akun @catchmeupco yang memiliki 81.000 *followers*.



Gambar 1.2 Persentase Rentang Usia *Followers* Akun Instagram @catchmeupco

Sumber: (@catchmeupco, 2024)

Akun instagram @catchmeupco per-tanggal 29 Januari 2024 telah memiliki 81.000 *followers*. Lebih spesifik, berdasarkan data dari @catchmeupco (2024) bahwa akun instagram @catchmeupco diikuti oleh pengguna dengan rentang usia 24-29 tahun dengan 46%, usia 17-23% dengan jumlah 35%, usia 30-35 dengan 14%, usia di atas 36 tahun dengan jumlah 4%, lalu yang terakhir diikuti oleh pengguna dengan usia di bawah 17 tahun yang berjumlah 1%. Pengikut dengan rentang usia 24-29 dan 17-23 tahun merupakan dua rentang usia dengan jumlah pengikut terbanyak pada akun instagram @catchmeupco, dengan jumlah persentase 46% dan 35%. Kedua rentang usia tersebut masuk ke dalam kategori *digital natives*. Sebagaimana yang disampaikan oleh Rahmawati dkk., (2020) bahwa *digital natives* merupakan generasi yang lahir berdampingan dengan perkembangan teknologi dengan rentang usia 17-34 tahun. Akun instagram @catchmeupco juga telah memposting lebih dari 3000 *feeds*. Seluruh konten yang disajikan oleh @catchmeupco dilakukan melalui proses pengolahan dan dikemas dengan sedemikian rupa sehingga menjadi konten yang inovatif dan kekinian.

Terdapat banyak akun serupa yang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media informasi seperti halnya @catchmeupco yang setiap harinya

Fatih Aulia Rahman, 2024

PENGARUH KUALITAS INFORMASI AKUN INSTAGRAM @CATCHMEUPCO DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI DIGITAL NATIVES

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

memposting berbagai informasi terkini. Beberapa akun yang juga menggunakan Instagram untuk menyajikan berbagai berita dan informasi terkini diantaranya adalah akun @conversationidn, @narsinewsroom dan @tempodotco. Masing-masing akun tersebut, termasuk @catchmeupco, secara rutin menyajikan beragam informasi yang bersifat terkini yang sedang menjadi topik hangat dan dibincangkan oleh masyarakat luas, tak terkecuali penghuni dunia digital itu sendiri yaitu *digital natives*. Namun, terdapat beberapa perbedaan di antara akun-akun tersebut, yang menjadi alasan mengapa penelitian ini difokuskan hanya pada akun @catchmeupco. Dari segi *followers* @catchmeupco memiliki jumlah pengikut yang lebih banyak dibandingkan dengan @conversationidn, meskipun jumlah pengikutnya belum mampu menyaingi jumlah yang dimiliki oleh @narsinewsroom dan @tempodotco. Jika dilihat dari segi penyajian konten, seluruh akun tersebut menyajikan konten dengan gaya penyajiannya masing-masing, seperti dalam bentuk video *reels*, ataupun postingan *slide*. Akun @catchmeupco memiliki kelebihan berupa penyajian konten-konten dengan bahasa dan istilah dalam bentuk kata atau kalimat yang bersifat “*slang*” atau bahasa gaul. Melalui bahasa yang digunakan dalam penyajiannya tersebut, konten yang disajikan terkesan lebih santai namun tetap dapat dipahami tanpa mengurangi esensi dari berita itu sendiri. Hal tersebut tidak dimiliki oleh @conversationidn, @narsinewsroom, dan @tempodotco, jika dibandingkan, ketiga akun tersebut hanya menyajikan berita dengan bahasa yang formal dan cenderung kaku. Konten yang disajikan oleh @catchmeupco merupakan satu berita yang utuh, dikemas dalam bentuk *slide* foto ataupun video *reels*, hal ini juga dilakukan oleh @conversationidn, @narsinewsroom, berbeda dengan @tempodotco yang terkadang beberapa konten berita yang disajikannya tidak bersifat utuh dan mengharuskan pembaca mengakses berita lengkapnya melalui platform lain.

Hasil pra-penelitian yang telah dilakukan peneliti melalui kegiatan wawancara kepada *co-founder* @catchmeupco, bahwa platform tersebut secara teratur menyajikan informasi melalui *e-mail* kepada para pembacanya pada pukul 6 (enam) pagi setiap harinya dari hari Senin-Jumat. Terdapat pola informasi yang seragam dalam penyampaiannya, informasi yang disampaikan melalui *e-mail* akan mencakup 3 (tiga)

berita utama terdiri dari 2 (dua) berita Nasional dan 1 (satu) berita Internasional yang sedang hangat diperbincangkan oleh masyarakat luas, ditambah 1 (satu) *short news* yaitu berita singkat yang bersifat ringan. Begitupula frekuensi postingan pada laman media sosial, termasuk Instagram. Pada laman media sosial Instagram @catchmeupco, disajikan informasi-informasi yang bersifat faktual, terkini, atau yang bersifat *breaking news* dengan mempertimbangkan urgensi dari informasi itu sendiri. Konten yang disajikan oleh @catchmeupco dalam laman media sosial Instagram meliputi konten informasi yang dikemas dalam bentuk foto dengan konten tulisan, ataupun cuplikan video dalam bentuk *reels* Instagram. Informasi yang dimuat dalam konten-konten tersebut diperoleh dari berbagai sumber yang tersedia termasuk informasi dari berbagai portal media, hingga statement dari berbagai pihak yang bersangkutan. Informasi-informasi tersebut kemudian dikumpulkan untuk dijadikan rujukan sehingga pada akhirnya menghasilkan sebuah rangkuman berita termasuk memetakan *point of view* pemberitaan dengan penggunaan diksi yang dipilih oleh penulis berkaitan dengan topik berita yang sedang menjadi pembahasan pada saat itu.

Kegiatan wawancara pra-penelitian juga dilakukan kepada tiga responden, yaitu *followers* akun @catchmeupco. Ketiganya sudah mengikuti akun instagram @catchmeupco cukup lama, satu responden mengikuti sejak satu tahun 2022, sedangkan dua lainnya sudah mengikuti sejak tahun 2020 dan sekitar tahun 2018-2019. Terdapat kesamaan yang dimiliki oleh ketiga responden tersebut terkait alasan mengikuti akun instagram @catchmeupco, yakni informasi yang disajikan selalu *up-to-date* serta informasi yang dikemas dengan bahasa yang kekinian atau tidak formal, sehingga cocok untuk Gen Z. Ketiga responden tersebut juga menyinggung kembali bahwa yang membedakan akun instagram @catchmeupco dengan aku media berita lain adalah penggunaan bahasa yang kekinian, informasinya selalu *up-to-date*, kredibilitas informasi, dan kemudahan mendapatkan informasi secara lengkap dan menyeluruh, namun tetap dikemas dengan ringkas. Frekuensi ketiga responden tersebut dalam melihat dan membaca informasi pada akun instagram @catchmeupco sering, karena *feeds* @catchmeupco selalu muncul pada *timeline* akun instagram mereka sesuai dengan perkembangan topik yang sedang hangat diperbincangkan. Ketiga responden

tersebut juga berpendapat bahwa akun instagram @catchmeupco memiliki kelebihan dengan akun media berita lain, karena informasinya lengkap, ketepatan dan kecepatan dalam menyajikan informasi, selalu menjaga konsistensi kualitas informasi yang ditampilkan, dan juga bahasa yang digunakan sangat kekinian dan tidak terlalu formal.

Penelitian mengenai pengaruh kualitas informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna media sosial instagram, telah dilakukan sebelumnya. Nurhaditio & Hartanto (2023) dalam penelitiannya menemukan bahwa terdapat hubungan antara kualitas informasi pada akun Instagram @animolife terhadap kebutuhan informasi *followers*, informasi pada akun Instagram @animolife dinilai berpengaruh dan dapat memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya. Temuan lainnya, pada penelitian Saputra & Hartanto (2023) bahwa penggunaan media sosial berpengaruh secara positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*, khususnya kepada pengikut akun Instagram @kemenkes_ri. Pengikut akun Instagram @kemenkes_ri menilai bahwa mereka mendapat beragam informasi yang dibutuhkan seputar covid-19. Dalam penelitian lain, yang dilaksanakan oleh Apriani (2023) mengenai pengaruh penggunaan media sosial dan kualitas informasi akun instagram @magangupdate terhadap pemenuhan kebutuhan informasi magang *followers*. Dalam penelitian tersebut, ditemukan bahwa terdapat pengaruh dan hubungan signifikan antara penggunaan media sosial akun Instagram @magangupdate terhadap pemenuhan kebutuhan informasi magang *followers*. Lebih lanjut, kualitas informasi seputar kegiatan magang yang baik, memberikan informasi yang sesuai kebutuhan dan bermanfaat bagi pengikutnya. Penelitian lain menemukan bahwa kualitas informasi yang baik berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun Instagramnya . Berdasarkan berbagai temuan penelitian, mengenai pengaruh kualitas informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna media sosial Instagram. Media sosial Instagram memiliki potensi besar sebagai media untuk memenuhi kebutuhan informasi penggunanya, yang didorong dengan penyajian kualitas informasi yang baik. Namun, belum ada riset yang meneliti pengaruh kualitas informasi terhadap pemenuhan informasi, yang spesifik terhadap pengguna media sosial Instagram terbanyak, yakni *digital natives* (Statista, 2023). *Digital natives* lahir dan hidup di era

digital, sehingga penggunaan media sosial khususnya Instagram menjadi salah satu sarana untuk memperoleh informasi yang cepat.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya memiliki keterbatasan dalam pemilihan subjek penelitian yang diteliti, sehingga Safira & Zurani (2022) merekomendasikan diadakan penelitian untuk meneliti pengaruh tentang topik kualitas informasi pada Instagram yang disesuaikan dengan pengguna saat ini. Media sosial instagram menjadi salah satu jenis dari *New Media* yang memberikan fasilitas dalam penyebaran informasi yang *up-to-date*. Instagram menjadi salah satu bentuk dari perkembangan TIK sebagai sarana penyebaran informasi yang saat ini digandrungi oleh berbagai media berita terkemuka di Indonesia sebagai pengaruh dari terpaan media. Penggunaan media sosial instagram juga dimanfaatkan oleh *digital natives* yang memiliki karakteristik ingin mendapatkan informasi secara cepat yang bersumber *online*, hal tersebut berkaitan dengan teori *uses and gratifications* yang menjelaskan bahwa pengguna memilih media yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Akun instagram @catchmeupco yang merupakan salah satu akun di media sosial instagram, yang menyajikan rangkuman dari berbagai informasi terkini. Berbagai topik mulai dari politik, ekonomi, sosial, budaya dan lain sebagainya dibahas secara faktual dalam penyajian yang menarik untuk memenuhi kebutuhan informasi para pembaca. Mayoritas *followers* akun instagram @catchmeupco masuk ke dalam kategori *digital natives* dengan rentang usia 17-34 tahun. Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan, peneliti bermaksud melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Informasi Akun Instagram @catchmeupco dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Digital Natives”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, menjadikan adanya beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1.2.1 Rumusan Masalah Umum

Bagaimana pengaruh kualitas informasi yang ditampilkan pada akun instagram @catchmeupco dalam pemenuhan kebutuhan informasi *digital natives*?

1.2.2 Rumusan Masalah Khusus

- 1) Bagaimana pengaruh kualitas dimensi waktu informasi yang disajikan akun instagram @catchmeupco terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi *digital natives*?
- 2) Bagaimana pengaruh kualitas isi informasi yang disajikan akun instagram @catchmeupco terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi *digital natives*?
- 3) Bagaimana pengaruh kualitas bentuk informasi yang disajikan akun instagram @catchmeupco terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi *digital natives*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan peneliti, maka terdapat beberapa tujuan penelitian, sebagai berikut:

1.3.1 Tujuan Penelitian Umum

Mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh dari kualitas informasi yang disajikan oleh akun instagram @catchmeupco dalam memenuhi kebutuhan informasi *digital natives*.

1.3.2 Tujuan Penelitian Khusus

- 1) Mengetahui dan menganalisis pengaruh waktu informasi yang disajikan akun instagram @catchmeupco terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi *digital natives*.
- 2) Mengetahui dan menganalisis pengaruh isi informasi yang disajikan akun instagram @catchmeupco terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi *digital natives*.
- 3) Mengetahui dan menganalisis pengaruh bentuk informasi yang disajikan akun instagram @catchmeupco terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi *digital natives*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan dan pengetahuan baru mengenai pengaruh yang diberikan oleh media sosial dalam pemenuhan kebutuhan informasi penggunanya secara umum dan digital natives secara khusus. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat untuk kemajuan dan perkembangan perpustakaan dan sains informasi terlebih dalam kegiatan penyampaian dan pengemasan informasi agar tetap dapat mempertahankan kualitas informasi yang disajikan sehingga kebutuhan informasi pengguna dapat tetap terpenuhi, khususnya pengemasan konten di media sosial Instagram.

1.4.2 Manfaat Praktis

1) Bagi Pengguna Media Sosial Instagram

Sebagai rujukan bahwa terdapat akun di media sosial yang menyajikan informasi yang berkualitas sesuai dengan dimensi-dimensi kualitas informasi yang dapat membantu pemenuhan kebutuhan informasi yang dimiliki.

2) Bagi Konten Kreator di Instagram

Sebagai rujukan bahwa terdapat dimensi kualitas informasi yang perlu diperhatikan dalam pembuatan dan penyebaran informasi atau berita di media sosial, hal ini diperlukan sehingga pengguna yang mengakses konten yang dipublikasikan dapat memperoleh informasi berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan informasi yang dimiliki.

3) Bagi *Digital Natives*

Sebagai rujukan bagi para *digital natives* bahwa media sosial dapat dijadikan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi yang dimilikinya, khususnya penggunaan media sosial instagram untuk membantu *digital natives* yang memiliki karakteristik perolehan dan pemrosesan informasi dalam memenuhi kebutuhan informasi yang dimilikinya.

4) Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dikembangkan dan menjadi referensi untuk topik yang relevan dengan kualitas informasi dan atau pemenuhan kebutuhan informasi melalui media sosial di masa yang akan datang.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Skripsi ini memiliki struktur organisasi yang terdiri dari lima bab yang dituliskan secara sistematis. Berikut merupakan susunan dan penjelasan secara lebih rinci:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, memuat pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian serta sistematika penulisan berupa struktur organisasi skripsi.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini, berisikan kajian pustaka, yang meliputi penjelasan tentang teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, kerangka berpikir, serta penelitian terdahulu yang relevan yang berkaitan dan menunjang pelaksanaan kegiatan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini, bagian yang berisikan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian, mulai dari desain penelitian, partisipan, populasi dan sampel penelitian, instrumen, hasil pengujian instrumen, prosedur penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, memuat bagian yang berisikan hasil temuan dan pembahasan berdasarkan data penelitian yang ditemukan peneliti di lapangan.

BAB V SIMPULAN, SARAN, DAN REKOMENDASI

Pada bab ini, bagian yang berisikan kesimpulan, saran, dan rekomendasi penelitian berdasarkan hasil penelitian yang sudah diperoleh.