
PENGARUH AKUN *INSTAGRAM* @POPHARIINI TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PENGGEMAR MUSIK DI INDONESIA

Oleh

Kresna Bayu Permana¹, Fardiah Oktaviani Lubis², Nurkinan³

^{1,2,3} Universitas Singaperbangsa Karawang

E-mail: ¹sympkrs26@gmail.com

Article History:

Received: 03-05-2025

Revised: 28-05-2025

Accepted: 06-06-2025

Keywords:

Pengaruh Media Sosial,
Pemenuhan Kebutuhan
Informasi, Teori Uses
and Gratification

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh akun Instagram @pophariini terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia bagi para pengikutnya. Dengan perkembangan teknologi dan media sosial, Instagram menjadi salah satu platform utama untuk memperoleh informasi, termasuk seputar musik. Penelitian ini menggunakan teori Uses and Gratification untuk memahami bagaimana pengguna secara aktif memilih media yang memenuhi kebutuhan informasinya. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 100 responden yang dipilih secara acak dari pengikut akun @pophariini. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji regresi linear sederhana serta uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan dan hubungan timbal balik antara media dan pengguna berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi, sementara isi pesan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Secara keseluruhan, akun @pophariini berkontribusi sebesar 29,7% dalam memenuhi kebutuhan informasi musik pengikutnya. Temuan ini menegaskan peran media sosial sebagai sumber informasi yang efektif, khususnya bagi penggemar musik di Indonesia. Penelitian ini juga memberikan rekomendasi bagi pengelola akun untuk meningkatkan kualitas konten guna memaksimalkan pemenuhan kebutuhan informasi pengguna

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah menciptakan transformasi signifikan dalam cara masyarakat mengonsumsi informasi. Platform seperti Instagram tidak hanya menjadi wadah untuk berbagi konten visual, tetapi juga berkembang sebagai sumber informasi yang cepat dan mudah diakses. Dalam konteks industri musik Indonesia, akun-akun khusus seperti @pophariini muncul untuk memenuhi kebutuhan informasi penggemar musik mengenai rilisan terbaru, jadwal konser, dan perkembangan artis. Namun, sejauh mana akun-akun tersebut efektif dalam memenuhi kebutuhan informasional pengikutnya masih perlu dikaji lebih mendalam.

Permasalahan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah kurangnya pemahaman

tentang peran media sosial berbasis niche, seperti @pophariini, dalam memenuhi kebutuhan informasi spesifik penggunanya. Di satu sisi, media sosial menawarkan aksesibilitas dan kecepatan penyebaran informasi. Di sisi lain, terdapat tantangan seperti overload informasi, kredibilitas konten, dan kesenjangan antara ekspektasi pengguna dengan kualitas informasi yang disajikan. Isu-isu ini menjadi penting untuk diteliti mengingat tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap musik lokal dan global, serta ketergantungan mereka pada platform digital sebagai sumber informasi utama.

Penelitian sebelumnya oleh Afifah dan Maryani (2020)¹ tentang akun Twitter @womanfeeds menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat efektif untuk pemenuhan kebutuhan informasi spesifik, dalam hal ini skincare dan makeup. Temuan mereka mengungkapkan bahwa faktor seperti konteks konten, kemudahan akses, dan interaktivitas memengaruhi tingkat kepuasan pengguna. Studi lain oleh Putri (2020)² tentang akun Instagram @jktinfo memperkuat temuan ini dengan menekankan pentingnya kecepatan dan akurasi informasi dalam memenuhi kebutuhan pengguna terkait lalu lintas.

Teori Uses and Gratification (Katz, Blumler, & Gurevitch 1973)³ menjadi landasan utama penelitian ini. Teori ini menekankan bahwa pengguna media secara aktif memilih platform tertentu untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka, baik itu kebutuhan kognitif, afektif, maupun sosial. Dalam konteks @pophariini, teori ini membantu menjelaskan mengapa penggemar musik memilih akun ini dibandingkan sumber informasi lain, serta bagaimana kepuasan mereka terbentuk berdasarkan konten yang disajikan.

Literatur pendukung seperti McQuail (2011) dan Nasrullah (2015)⁴ memperkaya analisis dengan menyoroti karakteristik unik media sosial sebagai ruang interaktif yang tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga membentuk komunitas. McQuail menekankan pergeseran dari komunikasi satu arah ke model partisipatif, sementara Nasrullah mengulas bagaimana media sosial menciptakan budaya populer baru di Indonesia.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mengukur pengaruh akun @pophariini terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik, tetapi juga berkontribusi pada diskusi akademis tentang peran media sosial dalam konteks budaya kontemporer. Temuan penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi pengelola akun musik dan pemangku kepentingan industri kreatif untuk mengoptimalkan strategi konten mereka.

LANDASAN TEORI

Penelitian ini menggunakan Teori Uses and Gratification sebagai landasan utama untuk menganalisis pengaruh akun Instagram @pophariini terhadap pemenuhan kebutuhan informasi penggemar musik di Indonesia. Teori ini dipilih karena relevansinya dalam menjelaskan bagaimana pengguna media secara aktif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Teori Uses and Gratification (UGT) dikemukakan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1970-an. Teori ini berfokus pada peran aktif audiens dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Berbeda dengan teori komunikasi tradisional yang melihat audiens sebagai penerima pasif, UGT menekankan bahwa pengguna media memiliki tujuan dan motivasi spesifik dalam mengonsumsi konten media. Asumsi Dasar Mengenai Teori Uses and Gratification:

1. Audiens aktif: Pengguna media memiliki tujuan tertentu dalam memilih dan menggunakan media.
2. Inisiatif pemenuhan kebutuhan: Keputusan untuk menggunakan media didasarkan pada kebutuhan individu.
3. Persaingan media: Media bersaing dengan sumber lain (seperti interaksi sosial) untuk memenuhi kebutuhan pengguna.
4. Kesadaran diri pengguna: Pengguna dapat mengidentifikasi motivasi dan preferensi mereka dalam menggunakan media.
5. Nilai media ditentukan oleh pengguna: Efektivitas media dinilai berdasarkan kemampuan memenuhi kebutuhan pengguna.

Media sosial, khususnya Instagram, menjadi sarana utama dalam penelitian ini. Berdasarkan Chris Heuer (dalam Rossza, 2020), penggunaan media sosial melibatkan empat komponen utama (4C):

- Context: Cara pesan disusun dan dibingkai.
- Communication: Proses interaksi dan pertukaran informasi.
- Collaboration: Kerjasama antara pengguna dan media dalam menciptakan konten.
- Connection: Hubungan berkelanjutan antara pengguna dan media.

Instagram dipilih sebagai objek penelitian karena fitur-fitur yang mendukung penyampaian informasi seperti caption, hashtag, komentar, dan feedback. Pophariini merupakan media online yang fokus pada industri musik Indonesia. Melalui akun Instagram-nya (@pophariini), platform ini menyajikan informasi berupa berita terbaru seputar musik, rilisan lagu, rilisan album, jadwal festival musik/konser, dan berbagai konten kreatif.

Teori Uses and Gratification memberikan dasar kuat untuk memahami bagaimana pengguna media sosial seperti Instagram secara aktif memilih konten untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Dalam konteks penelitian ini, akun @pophariini berperan sebagai sumber informasi musik yang dipilih pengguna berdasarkan relevansi dan kepuasan yang diberikan.

METODE PENELITIAN

Perkembangan zaman yang begitu cepat membuat teknologi di era sekarang menjadi semakin maju di tengah-tengah masyarakat. Karena perkembangan teknologi tersebut menjadi salah satu faktor utama yang menyebabkan globalisasi dengan mudahnya berkembang di Indonesia. Dampak dari perkembangan teknologi itu membuat seseorang mudah untuk mengakses informasi yang dia inginkan untuk memuaskan kebutuhannya. Hal tersebut dapat terwujud karena internet yang ikut berkembang pesat seiring dengan perkembangan teknologi, dengan adanya internet seseorang dapat mengakses informasi dan berkomunikasi tanpa adanya batasan waktu.

Berdasarkan survei yang dilakukan Asosiasi Pengguna Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta pada tahun 2022–2023. Dibandingkan sebelumnya, kali ini peningkatannya sebesar 2,67 persen mencapai 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet sudah melampaui 50% dari seluruh penduduk Indonesia yang berjumlah 275,77 juta jiwa. Hal ini menandakan bahwa meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia juga dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan internet.

Dari laporan data yang dibuat oleh We Are Social jumlah aktif media sosial di Indonesia

sebanyak 139 juta pengguna pada Januari 2024. Jumlah pengguna aktif media sosial per-Januari 2025 mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun sebelumnya dengan menyentuh angka sampai 143 juta pengguna (Rizaty, 2024). Banyaknya pengguna media sosial ini terbantu karena kemudahannya akan interaksi dua arah antar pengguna, media sosial juga banyak dimanfaatkan menjadi wadah untuk mengekspresikan diri oleh para penggunanya yang nantinya akan membangun citra diri pengguna tersebut, dan juga pemanfaatan tersebut bisa digunakan oleh suatu kelompok atau organisasi sebagai media pemasaran.

Karena perkembangan ini juga memaksa semua media untuk mengikuti era digital. Perubahan media yang tadinya dilakukan secara konvensional (koran, majalah, televisi dan radio) kini mengikuti arus perkembangan digitalisasi, hal ini juga membuat bermunculan media-media online baru yang mana sekarang menjadi salah satu opsi bagi pengguna internet untuk mengakses informasi demi memenuhi kebutuhannya karena kelebihannya yaitu, dapat mengakses informasi kapan saja dan dimana saja.

Data dari We Are Social menunjukkan bahwa per-Februari 2025, Instagram telah memantapkan statusnya sebagai salah satu situs media sosial teratas. Menurut data yang diperoleh bahwa terdapat 84.6% pengguna aktif media sosial menggunakan Instagram, yang berarti ada sekitar 123 Juta pengguna Instagram di Indonesia dari pengguna aktif media sosial yang berjumlah 143 juta pengguna.

Pophariini menjadi salah satu media online yang terbentuk karena era digital, Pophariini ikut serta memanfaatkan perkembangan teknologi dengan memberikan informasi yang berfokus pada perkembangan skena musik Indonesia melalui platform portal berita online yang mereka punya, maupun melalui media sosial seperti Instagram dan Twitter. Pophariini merangkum informasi seputar hal-hal yang berkaitan dengan musik Indonesia, mulai dari informasi tentang festival musik/konser, kabar tentang rilisan musik terbaru, dan membuat konten lainnya yang berkaitan dengan musik. Informasi yang diberikan tentunya menarik sejumlah kalangan pengguna internet yang memiliki ketertarikan kepada musik apalagi dengan sudah berkembangnya teknologi komunikasi seperti sekarang semakin mempermudah penyebaran informasi.

Pophariini dibentuk pada tahun 2016, bermula dari sebuah CD (compact disk) album kompilasi yang merangkum wajah musik pop Indonesia melalui sembilan Musisi Indonesia dari industri musik independen. Berdasarkan hal tersebut Pophariini mencoba menampilkan wajah industri kreatif dan budaya pop Indonesia saat ini. Situs pophariini.com merupakan salah satu produk situs portal berita online yang dibuat pophariini. Pophariini juga aktif dalam memberikan informasi melalui media sosial, salah satunya melalui akun Instagram @pophariini yang memiliki jumlah pengikut (followers) sebanyak 198 ribu followers dan memiliki jumlah unggahan sebanyak 6.586 post (per tanggal 23 Januari 2024).

Melalui akun instagram-nya pophariini memberikan informasi melalui format foto maupun video dilengkapi dengan caption yang hanya berupa rangkuman dari isi unggahan. Ada beberapa bentuk unggahan yang diunggah oleh pophariini seperti rangkuman berita yang lengkapnya dapat dibaca di situs pophariini.com. Informasi yang diberikan melalui akun Instagram pophariini menggunakan bahasa yang baik dan mudah dimengerti, meskipun terkesan singkat dan padat hal itu memang disengaja mengikuti arah gaya penulisan media online sekarang yang terlihat simple namun mudah diterima oleh para user

Instagram lainnya sehingga informasi yang diberikan dapat tersampaikan dengan baik, lalu bagi orang-orang yang tertarik akan informasi yang diberikan dan ingin mengetahui lebih detail tentang informasi tersebut dapat membaca lebih lengkap artikel beritanya di situs pophariini.com., akun Instagram [pophariini](https://www.instagram.com/pophariini) juga membuat konten-konten kreatif seputar musik Indonesia yang menarik bagi kalangan muda.

Berdasarkan latar belakang tersebut, [pophariini](https://www.instagram.com/pophariini) merupakan sebuah media yang memberikan informasi berformat foto, video, dan konten yang menarik seputar dunia musik di Indonesia. Berikut adalah perbandingan pengikut dari beberapa akun Instagram yang memberikan informasi seputar permusikan Indonesia, ada terdapat banyak akun yang membahas tentang dunia musik dan jumlah pengikutnya pun beragam. Salah satu akun Instagram [hai_online](https://www.instagram.com/hai_online) yang memiliki jumlah pengikut lebih banyak dan juga memiliki centang biru adalah akun media yang membahas beragam hal mengenai entertainment dan berita mengenai hal yang sedang terjadi di luar negeri, karena pertimbangan tersebut peneliti lebih memilih [pophariini](https://www.instagram.com/pophariini) sebagai objek penelitian, karena [pophariini](https://www.instagram.com/pophariini) memiliki konsistensi terhadap topik yang ingin dibahas oleh peneliti yaitu kebutuhan informasi musik di Indonesia.

Peneliti memilih akun Instagram [Pophariini](https://www.instagram.com/pophariini) dibandingkan dengan akun di platform lainnya karena [Pophariini](https://www.instagram.com/pophariini) memiliki format unggahan harian yang memanfaatkan fitur yang ada di Instagram yaitu melalui audio, visual, dan audio-visual. Unggahan yang dilakukan oleh [Pophariini](https://www.instagram.com/pophariini) tak hanya berupa foto atau gambar saja melainkan memanfaatkan fitur Instagram Reels yang dapat mengunggah konten berbentuk audio-visual, yang tentunya dapat memberikan informasi yang lebih baik dan beragam kepada pengikutnya, atas pertimbangan tersebut juga mengapa peneliti lebih memilih Instagram sebagai objek penelitian dibandingkan platform media sosial lainnya.

Penelitian ini akan menggunakan teori uses and gratification, merupakan teori yang menjelaskan tentang sifat pengguna media yang aktif dalam mengkonsumsi media sehingga mereka dapat selektif dalam memilih sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Teori ini dikemukakan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz. Hubungan teori tersebut dengan penelitian ini adalah bagaimana teori ini melihat pengikut akun media sosial Instagram [Pophariini](https://www.instagram.com/pophariini), apakah setelah mengkonsumsi konten yang diberikan akun tersebut dapat memenuhi kebutuhan informasi pengikut tersebut.

Adapun pertanyaan berdasarkan konteks latar belakang penelitian yang telah dijabarkan, yang nantinya akan menjadi inti dari penelitian ini, maka penulis menyusun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana intensitas penggunaan akun media *instagram @pophariini* dapat memenuhi kebutuhan informasi musik di Indonesia bagi *followers*-nya?
2. Bagaimana isi pesan yang disampaikan oleh akun media *instagram @pophariini* dapat memenuhi kebutuhan informasi musik di Indonesia bagi *followers*-nya?
3. Bagaimana hubungan timbal balik dan keterlibatan individu konsumen media dengan media *instagram @pophariini* dapat memenuhi kebutuhan informasi musik di Indonesia bagi *followers*-nya?

Tujuan dari penelitian ini dibuat yakni adalah untuk mengetahui adanya pengaruh intensitas penggunaan akun media *instagram @pophariini* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia bagi *followers*-nya, untuk mengetahui adanya pengaruh isi

pesan yang disampaikan oleh akun media instagram @pophariini terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia bagi followers-nya, untuk mengetahui adanya pengaruh hubungan timbal balik dan keterlibatan individu konsumen media dengan media *instagram* @pophariini terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia bagi *followers*-nya.

Metode penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan survei sebagai metodenya. Penelitian survei menurut Kerlinger sebagaimana dikutip dalam Sugiyono (2015) adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi kecil maupun besar. Di sisi lain, sampel yang diambil dari populasi menyediakan data untuk dianalisis. Menemukan kejadian relatif, pola distribusi, dan korelasi antara variabel sosiologis dan psikologis adalah tujuan survei ini.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Penelitian berbasis survei biasanya berupaya menggeneralisasi pengamatan yang tidak mendalam. Meskipun penelitian survei tidak memerlukan kelompok kontrol seperti yang dilakukan metode eksperimen, David Kline dalam Sugiyono (2015) menegaskan bahwa generalisasi yang dihasilkan dapat lebih akurat apabila sampel yang digunakan representatif.

Jadi penelitian yang berbasis survei menggunakan metode kuantitatif yang nantinya digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang sifat, keyakinan, pandangan, perilaku, dan hubungan historis dan kontemporer antara variabel sosial dan psikologis. Metode ini juga digunakan untuk menguji hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu.

Objek pada penelitian ini, jumlah followers dari @Pophariini yang berjumlah 198.000 (data 23 Januari 2021 oleh penulis dari pencarian di instagram), sehingga populasi yang digunakan dalam penelitian ini seluruh jumlah followers yang berjumlah 198.000. Penelitian ini menggunakan sampel *random sampling*. Karena penelitian ini bertujuan untuk ingin mengetahui pengaruh intensitas penggunaan akun *instagram* @pophariini maka dari itu sampel tidak dipilih berdasarkan strata, cluster, dan lain sebagainya. Oleh karena itu sampel yang akan diteliti hanya berdasarkan *followers* @pophariini yang dipilih secara acak. Untuk menentukan ukuran sampel penelitian, peneliti menggunakan Rumus Slovin (Kriyantono, 2009):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel.

N = ukuran populasi.

e = 10%, konstanta kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan keputusan sampel yang masih dapat ditolerir Perhitungan berikut digunakan untuk menentukan jumlah sampel minimal untuk penelitian ini:

$$n = \frac{\text{jumlah populasi}}{1 + \text{jumlah poulasi } (0,1)^2}$$
$$n = \frac{\text{Jumlah Populasi}}{\text{Jumlah Populasi}}$$

Jumlah pengikut atau *followers* @pophariini sampai tanggal 23 Januari 2024 sebanyak 198.000. Dalam penelitian, tingkat kesalahan *e* yang digunakan adalah sebesar 10%. Apabila menggunakan rumus Slovin, persamaan yang dihasilkan akan sebagai berikut:

$$n = \frac{198.000}{1 + 198.000 \cdot (0,1)^2}$$
$$n = \frac{198.000}{1981}$$

$$n = 99,94$$

$$n = 99,94 \text{ (dibulatkan menjadi 100 sampel)}$$

Data primer adalah sumber data atau informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti (Sugiyono, 2015). Dalam hal ini, data atau informasi tersebut diperoleh melalui kebutuhan informasi *followers* melalui akun *instagram* @pophariini dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden. Dengan meminta responden untuk menjawab pernyataan atau pertanyaan, kuesioner digunakan sebagai metode pengumpulan data. Informasi yang diperoleh dari tanggapan responden nantinya akan menjadi data untuk digunakan dalam penelitian ini.

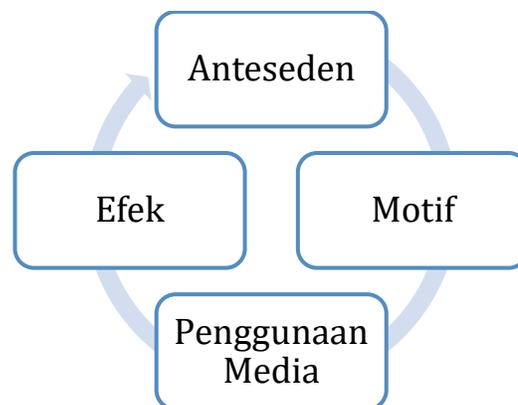
Sumber data sekunder tidak langsung memberikan informasi kepada peneliti, namun dapat melalui orang lain atau dari dokumen tertentu. Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengumpulan data menggunakan teknik studi pustaka. Studi pustaka merupakan pencarian informasi atau referensi dilakukan dengan menjadikan buku-buku atau dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan sebagai referensi teori-teori yang akan menjadi landasan dan penguat penelitian juga melalui jurnal-jurnal ilmiah baik nasional maupun internasional dan melalui skripsi.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuisioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang diajukan secara tertulis pada responden untuk mendapatkan tanggapan atau jawaban (Sugiyono, 2013). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien, apabila jumlah populasi cukup besar dan bersifat menyebar. Kuesioner yang disebar berupa pertanyaan atau pernyataan terbuka maupun tertutup dan disebar kepada responden secara langsung ataupun tidak langsung seperti melalui internet (Sugiyono, 2013). Studi pustaka atau kepastakaan adalah teknik pengumpulan data dengan cara membaca, mempelajari, dan mengolah sumber referensi seperti buku, jurnal, maupun skripsi sebagai landasan dan penguat penelitian.

Untuk menyelesaikan rumusan masalah dan mengevaluasi hipotesis penelitian,

prosedur analisis data meliputi pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, penyajian data setiap variabel yang dianalisis, dan melakukan perhitungan.

Pengukuran penelitian pada penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap pertanyaan atau pernyataan yang diajukan. Variabel yang akan diukur digambarkan dengan menggunakan skala *likert* sebagai indikator variabel. Indikator-indikator ini menjadi acuan untuk mengetahui bagaimana “Pengaruh akun instagram @pophariini terhadap pemenuhan kebutuhan informasi penggemar musik di indonesia”. Maka metode yang peneliti gunakan adalah variabel yang menggunakan skala *Likert*. Data yang akan diperoleh dari penelitian ini didapat melalui penyebaran kuesioner berbentuk google form yang akan dilakukan secara daring, disebar melalui direct message agar dapat menjangkau responden yakni followers @pophariini.



Gambar 2. Model Teori Uses & Gratification

Berdasarkan data yang didapat di atas menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 56 dengan presentase 56% dan responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 44 dengan persentase 44%. Dapat ditarik kesimpulan bahwa pengikut akun instagram yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah mayoritas laki-laki dengan jumlah 56 responden.

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh dari pengaruh akun *instagram* @pophariini terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia. Penelitian ini berfokus kepada bagaimana pengaruh akun *instagram* @pophariini dalam memberikan informasi seputar dunia musik di indonesia, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari akun tersebut terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para pengikutnya.

Berdasarkan hasil dari pendistribusian kuesioner penelitian kepada 100 responden, kemudian dilakukan pengolahan data melalui analisis regresi linear sederhana dan dari hasil tersebut terdapat pengaruh dari unggahan akun *instagram* @pophariini terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia. Dengan besaran nilai pengaruh dari variabel X atau akun *instagram* @pophariini yaitu intensitas, isi pesan, dan hubungan antara media dan pengguna sebesar 29,7% dan 70,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menyatakan bahwasannya sub variabel X1 (intensitas) berpengaruh nilai signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik

di Indonesia dengan signifikansi $0,005 < 0,05$ serta nilai t_{hitung} dan t_{tabel} adalah $2,868 > 1,988$.

Sub variabel X2 (isi pesan) tidak berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia dengan nilai signifikansi $0,119 > 0,05$, serta diperoleh nilai t_{hitung} dan t_{tabel} adalah $1,517 < 1,988$.

Sub variabel X3 (hubungan antara media dan pengguna) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di Indonesia dengan nilai signifikansi $0,010 < 0,05$, serta diperoleh nilai t_{hitung} dan t_{tabel} adalah $2,638 > 1,988$.

Berdasarkan hasil dari uji data dan deskripsi di atas dapat diperoleh kesimpulan bahwa variabel X dengan sub variabel X1 (intensitas) dan sub variabel X3 (hubungan antara media dan pengguna) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia, sementara sub variabel X2 (isi pesan) didapati tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia.

Penelitian ini, peneliti menggunakan teori *uses and gratification*. Teori ini berhubungan antara media dan pengguna, dan bagaimana pengguna memiliki peran aktif dalam memilih media yang terbaik untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi. Asumsi dasar dari teori ini menyebutkan bahwa khalayak memiliki peran aktif dan orientasi dalam penggunaan medianya adalah tujuan, dalam konteks penelitian ini penggunaan media yang dimaksud adalah akun *instagram* @pophariini dan tujuan yang dimaksud adalah kebutuhan informasi seputar dunia musik yang ada di Indonesia. Unggahan-unggahan yang berisikan informasi yang disajikan oleh akun *instagram* @pophariini nantinya akan dikonsumsi oleh pengikutnya atau orang yang mengakses halaman akun tersebut dan sesuai dengan teori *uses and gratification* khalayak tadi akan mendapatkan informasi dan informasi tersebut akan memenuhi kebutuhan akan informasi musik di Indonesia.

Dapat dilihat dari data yang diperoleh dari penelitian ini, kalau akun *instagram* @pophariini memiliki pengaruh yang signifikan pada sub variabel X1 (intensitas) dengan persentase berjumlah 13,9% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia dengan perhitungan Beta x Zero Order. Hal ini disebabkan karena intensitas mengacu pada jumlah waktu, yang bisa diartikan bahwa pengguna media sosial *instagram* khususnya pengikut akun *instagram* @pophariini mengakses aplikasi tersebut dengan jumlah waktu yang cukup banyak dan dengan adanya fitur *follow* pada *instagram* memudahkan pengikut akun tersebut mencari dan mengonsumsi informasi yang diunggah akun itu.

Pada sub variabel X2 (isi pesan) akun *instagram* @pophariini didapati tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia dengan hanya 4% persentase yang didapatkan menggunakan perhitungan Beta x Zero Order, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi yang didapatkan $0,119 > 0,05$ yang menjadikan dasar terjadinya penolakan terhadap hipotesis alternatif (H_1). Hal ini mengacu kepada isi pesan yang disampaikan melalui unggahan konten-konten serta kelengkapan informasi yang mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi pengikut akun *instagram* @pophariini. Menurut Katz, Blumler, & Gurevitch dalam Astina (2021), teori *uses and gratification* menyatakan bahwa media bersaing untuk memenuhi kebutuhan informasi pengguna. Konsumen menjadi pihak yang menilai konten, sementara media berperan sebagai sumber utama pemenuhan kebutuhan dengan bantuan peran aktif khalayak.

Akun *instagram* @pophariini pada sub variabel X3 (hubungan antara media dan pengguna) didapati memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan

informasi musik di Indonesia, melalui perhitungan Beta x Zero Order didapati pengaruh tersebut dengan persentase 11,6%. Hal ini mengacu pada hubungan antara media dan pengguna media yang saling berkerjasama dalam unggahan akun *instagram* @pophariini membuat pesan yang disampaikan lebih baik dan jelas lagi saat bertukar informasi karena terjadi timbal balik.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan pada penelitian ini, didapat kesimpulan berupa akun *instagram* @pophariini melalui sub variabel X1 (intensitas) memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia. Hal ini dikarenakan nilai uji hipotesis pada sub variabel X1 (intensitas) diperoleh nilai t_{hitung} dan t_{tabel} adalah $1,517 < 1,988$ dan nilai signifikansi $0,005 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya sub variabel X1 (intensitas) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia, akun *instagram* @pophariini melalui sub variabel X2 (isi pesan) didapati tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia. Hal ini dikarenakan nilai uji hipotesis pada sub variabel X2 (isi pesan) diperoleh nilai t_{hitung} dan t_{tabel} adalah $1,517 < 1,988$, serta nilai signifikansinya $0,119 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya sub variabel X2 atau isi pesan tidak berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di Indonesia, akun *instagram* @pophariini melalui sub variabel X3 (hubungan antara media dan pengguna) didapati memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Hal ini dikarenakan uji hipotesis pada sub variabel X3 (hubungan antara media dan pengguna) diperoleh nilai t_{hitung} dan t_{tabel} adalah $2,638 > 1,988$ dengan nilai signifikansi $0,010 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya sub variabel X3 (hubungan antara media dan pengguna) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia.

Berdasarkan simpulan-simpulan yang sudah disajikan di atas, terdapat saran yang peneliti ingin sampaikan yang diharapkan dapat memberikan masukan bermanfaat seperti

1. Saran akademis

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat membrikan pengetahuan dan wawasan yang lebih mendalam terkait kebutuhan informasi. Peneliti berharap penelitian yang sudah dilakukan dapat dijadikan acuan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan digunakan untuk mengkaji penelitian serupa dengan objek media lain.

2. Saran Praktis

Berdasarkan hasil temuan yang dilakukan selama penelitian bahwa semua sub variabel X meliputi intensitas, isi pesan, dan hubungan antara media dan pengguna memiliki pengaruh terhadap pemuasan kebutuhan informasi musik di Indonesia. Peneliti menyarankan agar pengelola akun media sosial senantiasa memperhatikan aspek-aspek tersebut dalam unggahan konten yang mereka sajikan. Konten yang menarik, informatif, dan jelas dapat membantu pengguna media untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh dari pengaruh akun *instagram* @pophariini terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia. Penelitian ini berfokus kepada bagaimana pengaruh akun *instagram* @pophariini dalam memberikan

informasi seputar dunia musik di Indonesia, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari akun tersebut terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para pengikutnya. Berikut beberapa hasil pengujian beberapa uji analisis yang dilakukan dalam penelitian ini.

Uji normalitas dilakukan adalah untuk mengetahui apakah sampel yang ada untuk variabel independen atau bebas (Akun Instagram @pophariini) dan variabel dependen atau terikat (Pemenuhan Kebutuhan Informasi Musik Di Indonesia) terdistribusi secara normal atau tidak. Peneliti melakukan uji normalitas dengan Kolmogorov Smirnov Test dalam program aplikasi IBM SPSS Statistic 30. Berikut adalah hasil yang didapat setelah melakukan uji normalitas menggunakan Kolmogorov Smirnov Test.

Tabel. 1 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.55656345
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.062
	Positive	.047
	Negative	-.062
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Uji regresi linear sederhana menjadi salah satu cara untuk mengukur pengaruh dari variabel bebas atau independen (Akun Instagram @pophariini) dengan variabel terikat atau dependen (Pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia). Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic versi 30 dengan hasil :

Tabel. 2 Uji Regresi Linear Sederhana

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	259.687	1	259.687	38.554	<.001 ^b
	Residual	660.103	98	6.736		
	Total	919.790	99			
a. Dependent Variable: Pemenuhan kebutuhan Informasi Musik di Indonesia						
b. Predictors: (Constant), Akun Instagram @pophariini						

Pengujian terhadap koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen atau variabel bebas (Akun instagram @pophariini) terhadap variabel dependen atau variabel terikat (Pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia). Dalam penelitian ini pengujian koefisien determinasi menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic versi 30 dengan hasil :

Tabel. 3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.545 ^a	.297	.275	2.596

a. Predictors: (Constant), Intensitas, Isi Pesan, Hubungan Antara Media dan Pengguna

b. Dependent Variable: Pemenuhan kebutuhan informasi Musik di Indonesia

Uji hipotesis merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (Akun instagram @pophariini) berpengaruh terhadap variabel terikat (Pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia). Dalam penelitian ini pengujian menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic versi 30 dengan hasil:

Tabel. 4 Hasil Uji Hipotesis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.847	3.966		4.500	<,001
	Intensitas	.510	.179	.295	2.858	.005
	Isi Pesan	.326	.207	.142	1.571	.119
	Hubungan Antara Media dan Pengguna	.859	.325	.264	2.638	.010

a. Dependent Variable: (Y) Pemenuhan kebutuhan Informasi Musik di Indonesia

Dapat dilihat dari data yang diperoleh dari penelitian ini, kalau akun instagram @pophariini memiliki pengaruh yang signifikan pada sub variabel X1 (intensitas) dengan persentase berjumlah 13,9% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia dengan perhitungan Beta x Zero Order. Pada sub variabel X2 (isi pesan) akun *instagram* @pophariini didapati tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia dengan hanya 4% persentase yang didapatkan menggunakan perhitungan Beta x Zero Order. Akun *instagram* @pophariini pada sub variabel X3 (hubungan antara media dan pengguna) didapati memiliki pengaruh secara

signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia, melalui perhitungan Beta x Zero Order didapati pengaruh tersebut dengan persentase 11,6%.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan pada penelitian ini, didapat kesimpulan berupa:

1. Akun instagram @pophariini melalui sub variabel X1 (intensitas) memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia. Hal ini dikarenakan nilai uji hipotesis pada sub variabel X1 (intensitas) diperoleh nilai thitung dan ttabel adalah $1,517 < 1,988$ dan nilai signifikansi $0,005 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya sub variabel X1 (intensitas) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia.
2. Akun instagram @pophariini melalui sub variabel X2 (isi pesan) didapati tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia. Hal ini dikarenakan nilai uji hipotesis pada sub variabel X2 (isi pesan) diperoleh nilai thitung dan ttabel adalah $1,517 < 1,988$, serta nilai signifikansinya $0,119 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya sub variabel X2 atau isi pesan tidak berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di Indonesia.
3. Akun instagram @pophariini melalui sub variabel X3 (hubungan antara media dan pengguna) didapati memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Hal ini dikarenakan uji hipotesis pada sub variabel X3 (hubungan antara media dan pengguna) diperoleh nilai thitung dan ttabel adalah $2,638 > 1,988$ dengan nilai signifikansi $0,010 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya sub variabel X3 (hubungan antara media dan pengguna) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi musik di Indonesia.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Peneliti menyadari bahwa selama proses penyusunan usulan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis bersyukur atas bantuan, bimbingan, doa, serta dorongan yang telah diberikan oleh semua pihak baik secara materil maupun moril sehingga penulis dapat melewati hambatan dan menyelesaikan penyusunan. Demikian peneliti menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ade Maman Suherman, S.H., M.SC. selaku Rektor Universitas Singaperbangsa Karawang.
2. Ibu Dr. Mayasari, S.S., M. Hum. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Singaperbangsa Karawang.
3. Bapak Dr. Zainal Abidin, S.I. Kom, M.I. Kom. selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Singaperbangsa Karawang.
4. Bapak Gun Gun Gumilar, S.Ap., M.Ap. selaku Wakil Dekan II Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Singaperbangsa Karawang.
5. Ibu Rastri Kusumaningrum, S.I. Kom, M.I. Kom. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Singaperbangsa Karawang.

6. Ibu Fardiah Oktariani Lubis, S.Si., M.A. selaku Dosen Pembimbing I yang selalu senantiasa membimbing dengan setulus hati dalam penyusunan usulan penelitian ini.
7. Bapak Drs. Nurkinan, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang dengan teliti dan seksama membimbing peneliti dalam penulisan usulan penelitian ini.
8. Seluruh dosen FISIP yang telah membimbing serta memberikan arahan pembelajaran selama peneliti kuliah di FISIP Unsika.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Djamal, H., & Fachruddin, A. (2011). *Dasar-Dasar Penyiaran*. Bandung: Remadja Rosdakarya.
- [2] Effendy, O. U. (1984). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remadja Karya.
- [3] Effendy, O. U. (2005). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya.
- [4] Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- [5] Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- [6] Littlejohn, S., & Foss, K. (2011). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- [7] McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- [8] Morrisian. (2013). In *Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya, dan Masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- [9] Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remadja Rosdakarya.
- [10] Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [11] Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- [12] Rakhmat, J. (2009). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [13] Stanley J, B., & Dennis K, D. (2018). *Teori Komunikasi Massa Edisi 5*. Jakarta: Salemba Humanika.
- [14] Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- [15] *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. (2023, Maret 10). Retrieved from Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- [16] *Tentang Kami*. (n.d.). Retrieved from Pophariini: <https://pophariini.com/about-us/>
- [17] Widi, S. (2023, Februari 3). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>
- [18] Afifah, N., & Maryani, A. (2020). Pengaruh Akun Twitter @womanfeeds Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Skincare & Make up Followers.
- [19] Mulawarman, & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi, Vol. 25, No. 1, 36 – 44*. doi:10.22146/buletinpsikologi.22759
- [20] Rizky, M. M., & Sari, T. N. (2020). The Influence of Instagram Social Media Against Traveling Interest. *Proceedings of The ICECRS. 8*. doi:<https://doi.org/10.21070/icecrs2020479>

- [21] Rossza, D. A. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram @halodoc Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Followers. *JOM FISIP*, 1-11.
- [22] Sustrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021, Desember). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, Volume 5 Nomor 2, 4. doi:
<https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN