

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan mengakses informasi. Salah satu hal yang paling signifikan dari perkembangan ini adalah dengan muncul dan pesatnya pertumbuhan media sosial (Azeharie dan Kusuma, 2014) . Dalam kehidupan masyarakat modern seperti saat ini, kehadiran media sosial tidak lagi bisa dipisahkan dari aktivitas sehari-hari. Platform seperti Instagram, Facebook, Twitter(X), hingga Tiktok telah merevolusi cara individu dalam berinteraksi, menyebarkan, serta menerima informasi. Bagi generasi muda secara khusus, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, melainkan juga menjadi sumber utama dalam memperoleh berita dan informasi terbaru (Natasha dan Yoedtadi, 2019).

Cahyono menyatakan bahwa media sosial merupakan sebuah platform daring yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi, berbagi, dan menghasilkan berbagai jenis konten dengan mudah. Bentuk-bentuk media sosial ini mencakup blog, jaringan sosial, wiki, forum diskusi, hingga dunia virtual (Cahyono, 2016). Dengan kemampuannya menghubungkan individu dari berbagai penjuru dunia, media sosial telah menghadirkan sebuah fenomena baru yang memungkinkan terjadinya pertukaran ide, informasi, serta konten secara cepat dan dalam skala besar. Pengguna media sosial global telah mencapai 5.04 miliar pada

awal tahun 2024, merepresentasikan 62.3% dari total populasi dunia. Di Indonesia sendiri, pengguna media sosial aktif mencapai 167 juta pengguna per Januari 2024, yang berarti 60.4% dari total populasi Indonesia (We Are Social & Meltwater, 2024). Dari sekian banyaknya platform media sosial yang tersedia, Instagram menempati posisi sebagai salah satu yang paling populer dan berpengaruh saat ini. Platform tersebut memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk membagikan foto, video, serta berbagai informasi lainnya.

Seperti yang dikutip dari [statista.com](https://www.statista.com), *Instagram* merupakan salah satu platform dengan pengguna terbanyak dengan mencatatkan 1,4 miliar pengguna aktif di seluruh dunia. Platform *Instagram* ini menyediakan beragam fitur yang memudahkan penggunanya untuk berbagi foto, video, dan informasi dengan format yang menarik dan mudah diakses. Fitur-fitur tambahan seperti *Instagram Stories*, *IGTV*, dan *Reels* telah memperluas kemampuan platform ini dalam menyajikan konten yang beragam untuk menjangkau dan berinteraksi langsung dengan audiensnya.

Pertumbuhan *Instagram* di Indonesia menunjukkan tren yang sangat signifikan. Berdasarkan laporan digital tahun 2024 dari We Are Social dan Meltwater (2024) Indonesia menempati urutan ketiga sebagai negara dengan jumlah pengguna *Instagram* terbanyak di dunia, hanya berada di bawah India dan Amerika Serikat, dengan total pengguna mencapai 100,9 juta pada awal tahun 2024. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian dari Reuters yang menunjukkan bahwa sebanyak 40% responden survei di Indonesia secara rutin menggunakan *Instagram* sebagai sumber rutin untuk mengakses berita (Reuters Institute for the Study of

Journalism, 2024). Dari data-data tersebut memperlihatkan peran penting *Instagram* sebagai wadah bagi masyarakat Indonesia dalam mengakses berita, mencari hiburan, dan berinteraksi sosial.

Seiring dengan berkembangnya teknologi, secara signifikan *esports* memanfaatkan *Instagram* sebagai media utamanya. *Esports* atau olahraga elektronik dalam beberapa tahun terakhir ini telah mengalami pertumbuhan pesat dan menarik perhatian dunia. *Esports* yang pada awalnya hanya dianggap sebagai hobi bermain *video game*, kini telah berubah menjadi industri global yang menarik lebih dari jutaan penggemar yang terus bertambah di seluruh dunia. Saat ini *esports* diakui sebagai bentuk kompetisi olahraga yang profesional, di mana para atlet atau pemain profesional ini tergabung dalam suatu tim dan bertanding dalam berbagai game yang sangat populer seperti *FIFA E-Football*, *Counter-Strike: Global Offensive*, *Dota 2*, *Mobile Legends*, *PUBG Mobile*, dan banyak lainnya. Dengan turnamen berskala internasional, *esports* memberikan hadiah jutaan dolar, kontrak sponsorship, basis penggemar yang luas serta menarik jutaan penonton dalam setiap tayangannya di seluruh dunia.

Di Indonesia pun *esports* mengalami perkembangan yang sangat cepat dalam beberapa tahun terakhir. Indonesia dengan populasi pemuda yang besar dan tingkat internet yang terus meningkat ini telah menjadi salah satu pasar *esports* yang paling menjanjikan di Asia Tenggara. Dimulai dari komunitas-komunitas penggemar *game online*, *esports* di Indonesia kini telah berkembang menjadi industri yang matang dengan ekosistem yang kompleks. Turnamen-turnamen berskala nasional dan internasional sering diselenggarakan di berbagai kota besar,

yang menarik ribuan peserta dan penonton. Salah satu turnamen dan event berskala dunia yang pernah diadakan di Indonesia yaitu *IESF World Championship 2022* yang berlangsung di Bali.

Dukungan pemerintah juga berperan penting dalam perkembangan *esports* di Indonesia. Pengakuan *esports* sebagai cabang olahraga resmi oleh Kementerian Pemuda dan Olahraga pada tahun 2020 menjadi tonggak penting dalam mendorong munculnya komunitas atau organisasi, akademi-akademi *esports*, program pelatihan profesional, dan bahkan program studi terkait *esports* di beberapa perguruan tinggi. Selain itu, keterlibatan Indonesia dalam event-event *esports* internasional, seperti *Asian Games* dan *SEA Games*, semakin memperkuat posisi negara ini dalam peta *esports* global. Industri *esports* juga turut memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Kontribusinya terlihat dalam berbagai aspek, seperti peningkatan pendapatan nasional, penciptaan lapangan kerja baru, meningkatnya penerimaan pajak, serta mendorong sektor pariwisata (Turnip dan Hukom, 2023).

Sejalan dengan bertumbuhnya popularitas *esports* kebutuhan akan informasi yang cepat, akurat dan mudah diakses terkait *esports* seperti strategi permainan, dan kehidupan para pemain favorit atau atlet semakin meningkat. Di sinilah peran *Instagram* menjadi sangat penting. Dimana platform ini menyuguhkan cara yang efektif dalam penyampain informasi mengenai *esports* dalam konten visual yang menarik dan mudah dicerna. Saat ini sudah banyak media-media di Indonesia yang berfokus pada *esports* yang telah memanfaatkan *Instagram* untuk

menjangkau dan berinteraksi dengan penikmatnya seperti GGWP.ID, OneEsports.com, Kincir.com, Revival TV, Esports.ku dan sebagainya.

Di antara berbagai akun *Instagram* yang fokus pada *esports*, @Revivaltv hadir sebagai sumber informasi terkemuka bagi komunitas *esports* Indonesia. Akun *Instagram* @Revivaltv sendiri merupakan bagian dari media sosial yang dikelola oleh RevivalTV, sebuah media yang mengoperasikan portal berita *esports* melalui situs [www.revivaltv.id](http://www.revivaltv.id). Keunggulan akun ini terletak pada kemampuannya mengemas konten *esports* sesuai dengan cara konsumsi konten yang disukai pengguna *Instagram* Indonesia. Cakupan kontennya sangat komprehensif, tidak terbatas pada berita turnamen dan update saja, tetapi juga memberikan perspektif mendalam tentang berbagai aspek *esports*, termasuk profil pemain, dinamika tim, momen-momen pertandingan penting, sesi wawancara, serta perkembangan industri *esports* secara keseluruhan.

Keunikan @Revivaltv dibandingkan akun *esports* lainnya terletak pada keragaman kontennya yang mencakup berbagai *game* populer seperti *Mobile Legends*, *PUBG Mobile* dan lainnya, serta perkembangan infrastruktur *esports* di Indonesia. Dalam penyajian kontennya, @Revivaltv memanfaatkan berbagai fitur *Instagram* secara optimal. Penggunaan fitur seperti *feed Instagram* digunakan untuk menyebarkan infografis, dokumentasi event, meme, dan pengumuman penting. *Stories* dimanfaatkan untuk memberikan update langsung selama turnamen dan cuplikan singkat pertandingan. *IGTV* dan *Reels* digunakan untuk konten video yang lebih panjang seperti *highlight* pertandingan, wawancara pemain, *tutorial gaming*, hingga konten meme. Penggunaan fitur-fitur tersebut

memberikan interaksi yang aktif dengan para pengikutnya, mengubah mereka dari sekadar penerima informasi pasif menjadi partisipan yang terlibat langsung.

Kajian mengenai penggunaan *Instagram* sebagai pemenuh kebutuhan informasi khususnya informasi *esports*, menjadi topik yang relevan untuk diteliti. Di era informasi yang serba cepat ini, menjadi penting untuk memahami bagaimana platform media sosial seperti *Instagram* bisa berperan dalam memenuhi kebutuhan informasi khusus seperti *esports*. Peran jurnalistik sangatlah penting dalam penyampaian informasi yang akurat, aktual, faktual, serta berimbang. Akun *Instagram* seperti @Revivaltv dapat dianggap sebagai bentuk baru dari jurnalisme, di mana informasi yang disajikan lebih ringkas dan mengedapnkan visual. Pemahaman tentang bagaimana akun-akun seperti akun *Instagram* @Revivaltv ini mampu memenuhi kebutuhan informasi penggunaanya dapat memberikan wawasan berharga bagi praktik jurnalistik di era digital seperti saat ini.

Urgensi penelitian ini berdasarkan pada perkembangan *esports* di Indonesia yang menunjukan pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir yang menciptakan kebutuhan yang semakin besar akan informasi terkait *esports*, namun belum banyak kajian yang membahas secara spesifik bagaimana penggunaan *Instagram* khususnya akun-akun *esports* seperti akun @Revivaltv dapat memenuhi kebuthan informasi tersebut. Kemudian kehadiran media sosial seperti *Instagram* ini menjadi salah satu platform bagi khalayak untuk menjadikannya sebagai sumber informasi.

Pemilihan Mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2021-2023 sebagai objek penelitian juga memiliki relevansi dan

signifikansi terhadap tujuan penelitian. Sebagai calon jurnalis di masa depan, pemahaman mengenai konsumsi informasi melalui media sosial terutama dalam bidang khusus seperti *esports*, dapat memberikan wawasan berharga tentang tren jurnalisme di era digital.

Berdasarkan pada uraian sebelumnya, aspek yang menarik untuk diteliti dalam penelitian ini adalah sejauh mana penggunaan *Instagram @revivaltv* berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi seputar *esports* di kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk mengangkat judul **Pengaruh Penggunaan *Instagram @Revivaltv* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Esports* Mahasiswa.**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat penggunaan *Instagram @Revivaltv* di kalangan Mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2021-2023?
2. Bagaimana tingkat pemenuhan kebutuhan informasi *esports* di kalangan Mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2021-2023?
3. Bagaimana pengaruh penggunaan *Instagram @Revivaltv* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *esports* Mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2021-2023?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tingkat penggunaan *Instagram* @Revivaltv di kalangan Mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2021-2023.
2. Untuk mengetahui tingkat pemenuhan kebutuhan informasi *esports* di kalangan Mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2021-2023.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan *Instagram* @Revivaltv teradap pemenuhan kebutuhan informasi *esports* Mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2021-2023.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

#### 1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam memperluas wawasan dan literasi di bidang Ilmu Komunikasi khususnya dalam ranah kejournalistikan. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai referensi dan sumber data bagi peneliti lain yang akan melakukan studi sejenis di masa mendatang.

#### 1.4.2 Secara Praktis

Selain mangfaat teoritis penelitian ini juga diharapkan memiliki nilai praktis. Peneliti berharap bahwa hasil dari penelitian ini dapat memberikan

kontribusi positif bagi peneliti maupun pembaca, khususnya dalam memperluas wawasan dan pengetahuan terkait literasi media dan konsumsi informasi *esports* serta menjadi bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas dan kredibilitas sumber informasi *esports*.

### **1.5 Penelitian Terdahulu**

1) Tiaratri Choirunnisa (2023) dengan judul Keefektifan Penggunaan Media Sosial Twitter @kompas.com terhadap pemenuhan kebutuhan informasi berita politik bagi mahasiswa (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Mahasiswa Jurnalistik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Tahun Akademik 2019). Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan menerapkan teori uses and gratification. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan akun Twitter @kompas.com secara signifikan memengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa terkait berita politik. Media sosial tersebut dinilai efektif dan menunjukkan hubungan yang sangat kuat atau bahkan sempurna terhadap variabel yang diteliti. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada fokus yang sama, yaitu meneliti pengaruh media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti; penelitian Tiaratri menggunakan Twitter dan membahas informasi politik, sementara penelitian ini berfokus pada Instagram dan informasi seputar *esports*

2) Shaffanissa Aulia Fasya (2024) dengan judul Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @inimahsumedang terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers (Studi Penelitian Siswa/I Kelas XI SMA Negeri 1 Sumedang). Tujuan

dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh penggunaan akun Instagram @inimahsumedang terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para pengikutnya. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan akun tersebut (variabel X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (variabel Y). Kesamaan dengan penelitian ini terletak pada penggunaan teori uses and gratification serta fokus pada hubungan antara penggunaan media sosial dan pemenuhan kebutuhan informasi. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, di mana penelitian ini menggunakan akun Instagram @Revivaltv sebagai subjek utama.

3) Tiurma Yulina Silaban (2022). Judul yang diangkat yakni Pengaruh Penggunaan Akun Media Sosial Instagram Folkative Terhadap Pemenuhan Informasi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Medan Area Angkatan 2020 dan 2021. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei sebagai teknik pengumpulan data. Teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini adalah uses and gratification. Temuan penelitian tersebut menunjukkan penggunaan akun Instagram Folkative memiliki kontribusi dan pengaruh yang signifikan sebesar 79% terhadap pemenuhan informasi mahasiswanya. Persamaannya terdapat pada objek yakni media sosial Instagram, teori dan metode penelitian yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terdapat pada media yang diteliti yaitu akun Instagram @revivaltv dan indikator yang digunakan dalam mengukur variabel x yaitu konteks, komunikasi, koneksi, dan kolaborasi.

4) Jesslyn Laiyenes dan Lusya Savitri Setyo Utami (2023) dengan judul penelitian yaitu Information Needs Fulfillment of K-Pop Fans Through The Use of

Lysn Social Media. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, serta didasarkan pada teori uses and gratification. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggemar K-Pop mampu memenuhi kebutuhan informasinya secara efektif melalui media sosial *Lysn*. Kebutuhan tersebut tercermin dalam pola konsumsi media yang mencakup aspek kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, dan pelepasan ketegangan. Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada kesamaan penggunaan teori uses and gratification dalam meneliti pemenuhan kebutuhan informasi. Namun, terdapat perbedaan dalam pendekatan dan metode yang digunakan, penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Selain itu, objek dan subjek penelitian juga berbeda, di mana penelitian ini berfokus pada mahasiswa sebagai responden dan akun *Instagram @revivaltv* sebagai objek kajian.

5) Stephanus Wilman Tampubolon dan Pradipta Dirgantara (2023). Dengan judul penelitian “Pengaruh Konten Youtube Oura Gaming Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mobile Legend”. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Temuan dari penelitian tersebut mengungkapkan adanya pengaruh positif yang signifikan sebesar 52,7% antara konten yang disajikan di *YouTube Oura Gaming* dengan tingkat pemenuhan kebutuhan informasi mengenai permainan *Mobile Legends*. Selain itu, penggunaan media sosial melalui kanal *YouTube Oura Gaming* juga memberikan pengaruh sebesar 33,1% terhadap pemenuhan informasi seputar game tersebut. Kesamaan antara penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan terletak pada penerapan teori uses and gratification, pendekatan kuantitatif, serta fokus pada media sosial

sebagai sarana pemenuhan informasi. Namun, perbedaannya terletak pada platform yang diteliti, di mana fokus penelitian ini adalah akun *Instagram* @revivaltv sebagai media penyedia informasi mengenai *esports*.



Tabel 1. 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Tiaratri Choirunnisa. (2023). Keefektifan Pengguna Media Sosial <i>Twitter @kompas.com</i> terhadap pemenuhan kebutuhan informasi berita politik bagi mahasiswa (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Mahasiswa Jurnalistik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati	Persamaanya yakni sama-sama meneliti dengan topik yang sama yaitu penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Kemudian teori yang digunakan sama uses and gratification dan menggunakan pendekatan yang sama yaitu pendekatan kuantitatif dengan metode survei.	Perbedaannya terdapat pada objek penelitian atau media sosial yang digunakan dan variabel y yang membahas pemenuhan kebutuhan informasi secara spesifik yaitu berita politik sedangkan penelitian yang akan diangkat ialah informasi terkait <i>esports</i> . Perbedaan lainnya yaitu pada topik yang	Penggunaan media sosial <i>twitter @kompas.com</i> memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi berita politik mahasiswa dan penggunaan media sosial tersebut dianggap efektif serta memiliki hubungan yang sangat kuat atau sempurna

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
	Bandung Tahun Akademik 2019)		membahas mengenai pengaruh daripada media sosial itu sendiri.	
2	Shaffanissa Aulia Fasya. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @inimahsumedang terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers (Studi Penelitian Siswa/I Kelas XI SMA Negeri 1 Sumedang).	Penggunaan teori yaitu teori uses and gratification dan dalam meneliti mengenai pengaruh penggunaan media sosial dalam memenuhi kebutuhan informasi.	Perbedaan dengan penelitian tersebut terletak pada media yang akan diteliti, pada penelitian ini akan menggunakan akun <i>Instagram @Revivaltv</i>	Hasil dari penelitian tersebut yaitu penggunaan media sosial Instagram @inimahsumedang berpengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followersnya dengan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel X terhadap Y.
3	Tiorma Yulina Silaban. (2022). Pengaruh	Persamaannya terdapat pada topik mengenai	Perbedaannya terletak pada media yang diteliti yaitu	Temuan penelitian tersebut menunjukkan penggunaan akun

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
	Penggunaan Akun Media Sosial Instagram Folkative Terhadap Pemenuhan Informasi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Medan Area Angkatan 2020 dan 2021	pengaruh media sosial dalam memenuhi kebutuh informasi. Kemudian dari objek yakni media sosial Instagram, teori dan metode penelitian yang digunakan.	akun Instagram @revivaltv dan indikator yang digunakan dalam mengukur variabel x yaitu konteks, komunikasi, koneksi, dan kolaborasi.	Instagram Folkative memiliki kontribusi dan pengaruh yang signifikan sebesar 79% terhadap pemenuhan informasi mahasiswanya.
4	Jesslyn Laiyenes dan Lusya Savitri Setyo Utami. (2023). <i>Information Needs Fulfillment of K-Pop Fans Through The Use of Lysn Social Media</i>	Relevansi dengan penelitian ini ialah sama-sama meneliti meneliti terkait pemenuhan kebutuhan informasi dengan teori yang sama yaitu uses and gratification	Perbedaan dengan penelitian tersebut ialah dari pendekatan dan metode, dimana dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode	Hasil penelitian tersebut yaitu penggemar K-Pop secara efektif dapat memenuhi kebutuhan informasi mereka melalui media sosial Lysn, diidentifikasi dalam konsumsi media, yang meliputi kebutuhan kognitif, afektif,

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
			survei. Perbedaan lainnya terdapat pada objek dan media yang akan diteliti, peneliti memilih mahasiswa sebagai subjek penelitian dan menggunakan akun Instagram @Revivaltv sebagai objek penelitian.	integrasi personal, integrasi sosial, dan pelepasan ketegangan.
5	Stephanus Wilman Tampubolon dan Pradipta Dirgantara. (2023). Pengaruh Konten Youtube Oura Gaming Terhadap	Persamaan dengan penelitian tersebut adalah persamaan dalam penggunaan teori, pendekatan dan mengangkat topik yang	Perbedaannya terletak pada media nya yang digunakan, dalam penelitian tersebut menggunakan <i>Youtube Oura Gaming</i> sedangkan	. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan sebesar 52,7% antara konten YouTube Oura Gaming dan tingkat pemenuhan kebutuhan

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
	Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mobile Legend.	sama yaitu penggunaan media sosial dalam memenuhi kebutuhan informasi.	dalam penelitian ini berfokus pada akun <i>Instagram @revivaltv</i> sebagai tempat pemenuhan kebutuhan informasi esports. Perbedaan lainnya terdapat pada objek yang diteliti, yakni mahasiswa Jurnalistik sebagai objek.	informasi permainan Mobile Legends. Selain itu penggunaan media sosial dalam konten YouTube Oura Gaming memiliki pengaruh sebesar 33,1% terhadap kebutuhan informasi permainan tersebut

## 1.6 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan teori uses and gratification yang dikembangkan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch. Teori ini merupakan salah satu pendekatan paling berpengaruh dalam kajian komunikasi massa, yang menitikberatkan pada bagaimana audiens secara aktif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi berbagai kebutuhan personal maupun sosial (Katz, et al., 1974). Dalam pandangan teori ini, khalayak tidak dianggap pasif, melainkan sebagai individu yang memiliki tujuan tertentu dalam mengonsumsi media untuk memperoleh kepuasan atas kebutuhan informasi, hiburan, integrasi sosial, maupun pelepasan ketegangan.

Teori uses and gratification ini mengalihkan fokus dari dampak media terhadap perubahan sikap dan perilaku audiens. Alih-alih membahas sejauh mana media dapat memengaruhi audiens, teori ini lebih menekankan pada bagaimana audiens secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial mereka. Penekanannya ada pada peran aktif khalayak yang dengan sengaja memanfaatkan media sebagai sarana untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu dalam kehidupan mereka (Humaizi, 2018:11)

Katz, Blumer dan Gurevitch mengemukakan bahwa teori uses and gratification didasarkan pada lima asumsi utama, yaitu:

- 1) Khalayak dipandang sebagai individu yang aktif dan memiliki tujuan dalam menggunakan media.
- 2) Keputusan untuk memilih media tertentu guna memenuhi kebutuhan berada sepenuhnya pada inisiatif khalayak itu sendiri.

- 3) Media massa tidak berdiri sendiri, melainkan bersaing dengan berbagai sumber kepuasan lainnya yang tersedia di lingkungan sosial.
- 4) Khalayak dianggap memiliki kesadaran penuh terhadap alasan mereka mengonsumsi media, termasuk ketertarikan dan motif yang melatarbelakanginya.
- 5) Hanya khalayak yang dapat menilai isi media berdasarkan kebutuhan dan kepuasan yang mereka cari (Katz, et al., 1974)

Teori uses and gratification digunakan dalam mencari tahu motif pengguna atau khalayak untuk memenuhi kebutuhannya informasi, hiburan dan identitas persoannya dengan memanfaatkan internet sebagai media komunikasi yang baru (Mukarom, 2021:209). Dengan demikian, teori uses and gratification dipandang relevan dan tepat untuk digunakan dalam penelitian ini, karena memungkinkan peneliti untuk mengkaji sejauh mana pengaruh penggunaan akun *Instagram* @revivaltv sebagai media dalam memenuhi kebutuhan informasi *esports*. Fokus penelitian ini diarahkan kepada mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2021-2023.

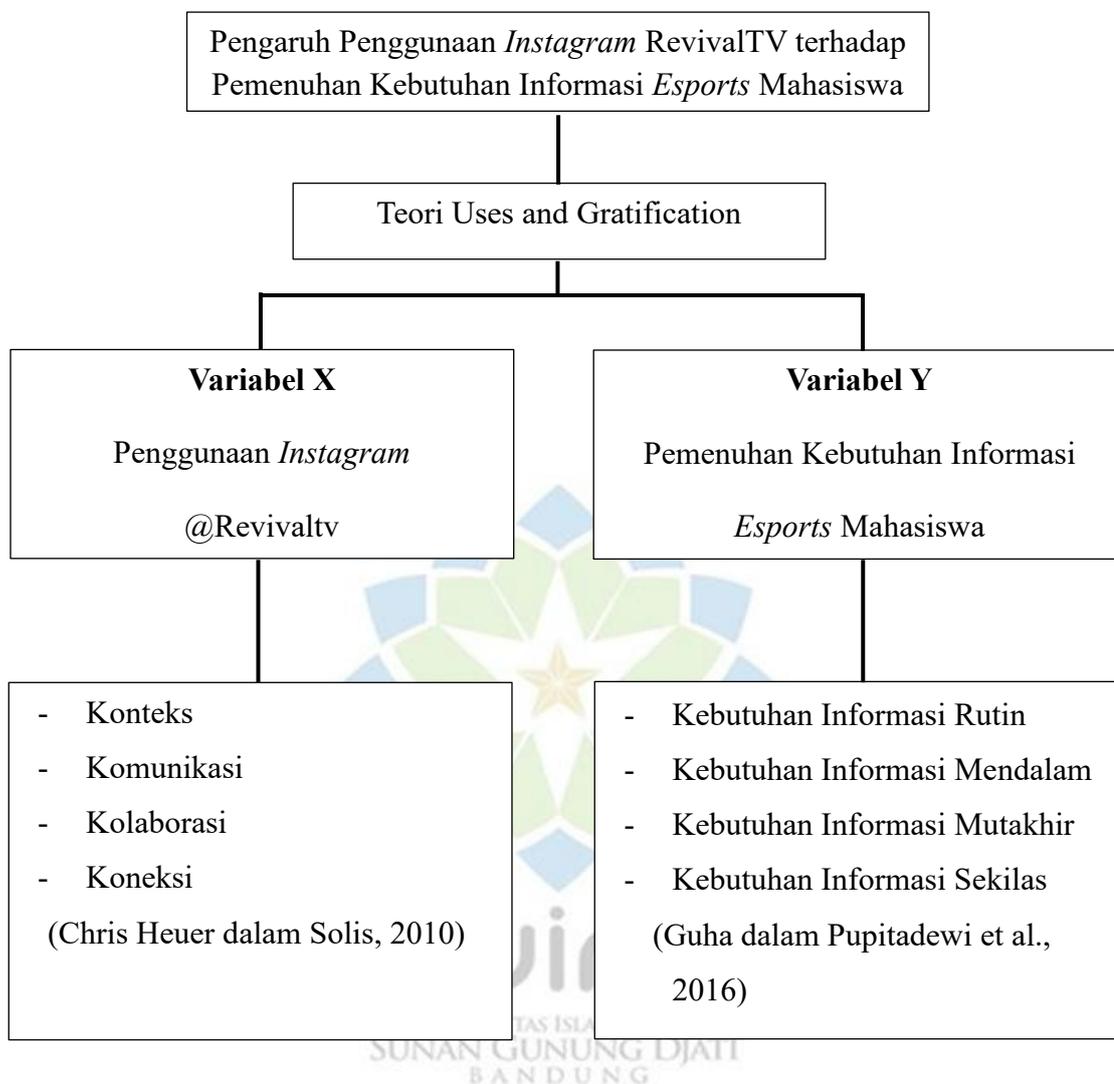
Chris Heuer, pendiri *Social Media Club*, mengemukakan bahwa terdapat sejumlah elemen penting dalam pemanfaatan media sosial untuk menciptakan komunikasi yang efektif dan efisien. Elemen-elemen tersebut meliputi konteks (*context*), komunikasi (*communication*), kolaborasi (*collaboration*), dan koneksi (*connection*), yang semuanya saling berkaitan dalam membangun interaksi yang kuat di ranah digital (Solis, 2010:263). Dari elemen 4C tersebut menunjukkan

bagaimana akun *Instagram* @Revivaltv menyebarkan informasi atau berita di platform tersebut, sesuai dengan karakteristik khas media sosial *Instagram*.

Menurut Guha, terdapat beberapa pendekatan dalam mengidentifikasi kebutuhan informasi, yaitu: *current need approach* (kebutuhan informasi mutakhir), *everyday need approach* (kebutuhan informasi rutin), *exhaustive need approach* (kebutuhan informasi mendalam), serta *catching-up need approach* (kebutuhan informasi sekilas) (Musfiah & Christiani, 2020:428).

Dalam penelitian ini, variabel independen (X) adalah penggunaan *Instagram* @Revivaltv. Untuk mengukur sejauh mana variabel tersebut memengaruhi variabel dependen, digunakan empat indikator yang dikemukakan oleh Chris Heuer, yaitu konteks (*context*), komunikasi (*communication*), kolaborasi (*collaboration*), dan koneksi (*connection*)

Sementara itu, variabel dependen (Y) adalah pemenuhan kebutuhan informasi esports oleh mahasiswa. Pengukuran variabel ini mengacu pada pendekatan kebutuhan informasi dari Guha, yang mencakup kebutuhan mutakhir, kebutuhan rutin, kebutuhan mendalam, dan kebutuhan sekilas.



**Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran**

### 1.7 Operasional Variabel

Variabel operasional merupakan karakteristik, ciri, atau nilai yang dapat dimiliki oleh individu, objek, atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu. Dalam proses penelitian, peneliti menentukan kondisi spesifik yang akan diteliti sebagai dasar untuk menghasilkan kesimpulan (Sugiyono, 2013:38).

Penelitian ini memfokuskan pada dua variabel utama, yaitu penggunaan *Instagram @revivaltv* sebagai variabel *independen* (X) dan pemenuhan kebutuhan informasi esports mahasiswa sebagai variabel *dependen* (Y). Untuk memperoleh pemahaman yang lebih terstruktur, berikut disajikan tabel operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

**Tabel 1. 2 Operasional Variabel**

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Skala
Penggunaan <i>Instagram</i> <i>@Revivaltv</i>	Konteks ( <i>Context</i> )	- Relevansi konten dengan kebutuhan informasi - Kemudahan pemahaman informasi	Likert
	Komunikasi ( <i>Communication</i> )	- Tingkat interaksi dengan konten melalui fitur <i>Instagram</i> - Efektivitas komunikasi antara akun dan <i>followers</i>	Likert
	Kolaborasi ( <i>Collaboration</i> )	- Penggunaan informasi untuk diskusi dengan sesama penggemar <i>esports</i> . - Dorongan partisipasi dalam	Likert

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Skala
		kegiatan/turnamen <i>esports</i>	
	Koneksi <i>(Connection)</i>	- Membangun koneksi dengan komunitas <i>esports</i> - Penemuan koneksi baru dalam dunia <i>esports</i>	Likert
Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Esports</i> Mahasiswa	Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir <i>(Current need approach)</i>	- Akses informasi terbaru tentang <i>esports</i> - Keakuratan dan keterbaruan informasi	Likert
	Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin <i>(Everyday need approach)</i>	- Penggunaan sebagai sumber informasi rutin - Konsistensi dan reliabilitas konten	Likert
	Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam <i>(Exhaustic need approach)</i>	- Penyediaan informasi mendalam tentang topik <i>esports</i> - Pendalaman strategi dan analisis <i>esports</i>	Likert
	Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas <i>(Catching- up need approach)</i>	- Kemudahan mendapatkan informasi cepat - Pemenuhan informasi sekilas tentang <i>esports</i>	Likert

## 1.8 Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan sementara yang diajukan sebagai jawaban atas rumusan masalah, yang masih memerlukan pembuktian melalui proses penelitian. Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan *Instagram* @Revivaltv terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *esports* mahasiswa

H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan *Instagram* @Revivaltv terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *esports* mahasiswa.

## 1.9 Langkah-Langkah Penelitian

### 1.9.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ditetapkan di Program Studi Jurnalistik, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung, yang beralamat di Jalan A.H. Nasution, Kecamatan Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat. Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah mahasiswa Jurnalistik angkatan 2021 hingga 2023.

### 1.9.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma positivis. Menurut beberapa pandangan, paradigma ini beranggapan bahwa fenomena komunikasi dapat diukur dan diprediksi secara objektif. Paradigma positivis berfokus pada pengamatan, prediksi, dan pengukuran fenomena empiris serta membangun pengetahuan yang

nyata. Paradigma positivis ini juga berusaha mencari hubungan sebab-akibat antara variabel dan menghasilkan generalisasi yang berlaku secara luas.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengukur serta memprediksi suatu gejala atau fenomena secara sistematis. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk memberikan penjelasan yang dapat digeneralisasikan terkait suatu permasalahan berdasarkan data yang diperoleh. Mengacu pada pandangan positivistik, pendekatan ini biasanya diterapkan pada populasi atau sampel tertentu melalui proses pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Tujuannya adalah untuk mendeskripsikan kondisi yang diteliti serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2013:8).

### **1.9.3 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, di mana pengambilan data primer dilakukan menggunakan instrumen kuesioner terhadap sampel yang telah ditentukan dari suatu populasi (Sugiyono, 2013:142). Teknik survei dipilih sebagai metode pengumpulan data dengan memanfaatkan kuesioner sebagai perangkat utama. Tujuan pelaksanaan survei adalah untuk memperoleh data dari responden yang dapat mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Adapun penyebaran kuesioner dalam penelitian ini difasilitasi melalui platform *google form*.

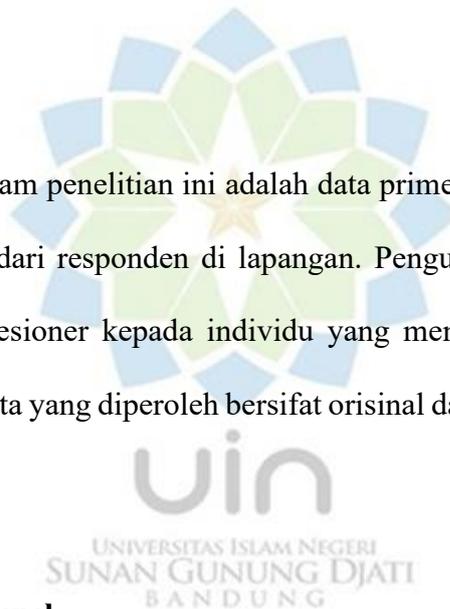
## 1.9.4 Jenis Data dan Sumber Data

### 1.9.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif ditandai dengan penggunaan angka-angka sebagai dasar dalam penarikan kesimpulan. Data jenis ini juga memiliki karakteristik yang dapat diolah dan dianalisis secara statistik, sehingga memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antar variabel secara objektif dan terukur.

### 1.9.4.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari responden di lapangan. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada individu yang mengikuti akun *Instagram* @revivaltv, sehingga data yang diperoleh bersifat orisinal dan relevan dengan fokus penelitian.



## 1.9.5 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan sekumpulan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan telah ditetapkan oleh peneliti sebagai dasar untuk dilakukan analisis dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2013:80). Populasi tidak terbatas pada individu saja, tetapi juga mencakup objek maupun entitas alam lainnya yang relevan dengan fokus penelitian. Dalam konteks ini, populasi tidak hanya merujuk pada jumlah elemen, melainkan juga mencakup keseluruhan atribut atau karakteristik yang melekat pada elemen-elemen tersebut.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2021-2023, yang berjumlah sebanyak 530 orang. Data tersebut diperoleh dari *official WhatsApp* pelayanan Program Studi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu dan dianggap mampu mewakili keseluruhan populasi yang diteliti. Dalam penelitian ini, teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel (Sugiyono, 2013:81). Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah *purposive sampling*, yakni teknik yang dilakukan dengan menetapkan kriteria atau pertimbangan tertentu dalam memilih responden, sehingga hanya individu yang memenuhi syarat yang akan dijadikan sampel penelitian (Sugiyono, 2013:85). Berdasarkan hal tersebut kriteria yang harus dimiliki oleh digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. 3 Kriteria Responden**

No	Kriteria
1	Mahasiswa/i Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2021-2023.
2	Mengikuti akun Instagram @Revivaltv sekurang-kurangnya 5 bulan.
3	Bersedia menjadi sampel penelitian

Dalam penelitian ini, penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, yang digunakan ketika peneliti telah mengetahui

jumlah populasi secara pasti dan ingin menentukan ukuran sampel dengan tingkat kesalahan tertentu. Rumus Slovin memberikan pendekatan matematis untuk memperoleh jumlah sampel yang representatif dari populasi secara efisien. Adapun rumus Slovin adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel yang diperlukan

N = jumlah total populasi

e = tingkat kesalahan atau *margin of error* (10%)

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2} = \frac{530}{1 + 530 \cdot 0,01} = \frac{530}{6,3} = 84,13$$

Menurut Roscoe, ukuran sampel yang dapat dianggap memadai untuk digunakan dalam penelitian berkisar antara 30 hingga 500 responden (Sugiyono, 2018:90). Berdasarkan pendapat tersebut serta hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin, diperoleh jumlah sebesar 84 yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya.

### 1.9.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner, yaitu dengan menyusun serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab secara mandiri (Sugiyono, 2018:219). Kuesioner disebarikan dalam bentuk digital menggunakan *Google Form*, dengan pertimbangan bahwa platform ini dapat meningkatkan

efisiensi pengumpulan data, menjaga keteraturan data, serta mempermudah proses pengumpulan dan pengolahan informasi. Instrumen penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai dasar pengukuran. Skala Likert merupakan metode yang digunakan untuk mengukur sikap, opini, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial (Sugiyono, 2018:152). Dalam penelitian ini, digunakan lima tingkat skala Likert yang dijelaskan pada tabel berikut

**Tabel 1. 4 Penilaian Skala Likert**

No	Kategori Jawaban	Singkatan	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Ragu-Ragu	RR	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

*Sumber : Sugiyono, 2018:152*

Nantinya, pertanyaan atau pernyataan yang akan disajikan dalam kuesioner di *googleform* berupa 5 pertanyaan terbuka dan 20 pertanyaan atau pernyataan tertutup.

### 1.9.7 Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana setiap butir pertanyaan dalam kuesioner mampu secara tepat mengukur variabel yang ingin diteliti. Instrumen dianggap valid apabila item-item yang disusun benar-benar mencerminkan konstruk yang dimaksud (Sugiyono, 2013:121). Dalam penelitian

ini, pengujian validitas dilakukan dengan bantuan perangkat lunak *SPSS* versi 25, yang digunakan untuk menganalisis data dan memastikan bahwa instrumen yang digunakan layak untuk dijadikan alat pengumpulan data.

Reliabilitas merupakan konsistensi suatu tes, yaitu sejauh mana skor tes tetap konsisten antara satu pengukuran dengan pengukuran berikutnya. Reliabilitas menunjukkan ketepatan alat ukur dalam menilai variabel yang dimaksud, yang berarti alat tersebut memiliki kemampuan untuk memberikan hasil yang relatif serupa setiap kali digunakan (Setyawan, 2017:141).

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi suatu instrumen dalam menghasilkan data. Sebuah kuesioner dinyatakan reliabel apabila instrumen tersebut mampu memberikan hasil yang stabil dan konsisten ketika digunakan dalam pengukuran yang berulang, baik terhadap waktu maupun kondisi yang serupa. Dengan kata lain, reliabilitas tercapai apabila responden memberikan jawaban yang relatif sama terhadap item pertanyaan yang serupa pada waktu yang berbeda. Dalam menentukan reliabilitas instrumen penelitian, digunakan teknik analisis statistik yang dikenal dengan *Cronbach Alpha*. Metode ini memiliki seperangkat kriteria khusus untuk menentukan tingkat keandalan suatu instrumen pengukuran. Perhitungan reliabilitas menggunakan formula Cronbach Alpha yang akan dijabarkan sebagai berikut:

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right\}$$

Keterangan:

$r_i$  = Koefisien reliabilitas (*Alpha Cronbach*)

$k$  = Jumlah item pertanyaan dalam instrumen

$\Sigma S_i^2$  = Jumlah varians dari masing-masing item

$S_i^2$  = Varians total (total skor dari seluruh item)

Sebuah kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan melebihi angka 0,60. Nilai ini menunjukkan tingkat konsistensi internal antar item dalam instrumen pengukuran. Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60, maka instrumen dinyatakan reliabel.
- Jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,60, maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

### 1.9.8 Teknik Analisa Data

Tahapan analisis data merupakan bagian penting dalam proses penelitian yang dilakukan setelah seluruh data diperoleh dari responden. Proses ini mencakup langkah-langkah sistematis, mulai dari mengorganisasi data sesuai dengan variabel dan karakteristik responden, menyusun tabulasi data berdasarkan variabel yang diteliti, menyajikan data secara deskriptif untuk masing-masing variabel, hingga melakukan perhitungan statistik guna menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. Selain itu, pada tahap ini juga dilakukan pengujian hipotesis untuk membuktikan kebenaran asumsi yang diajukan dalam penelitian (Sugiyono, 2013:147).

Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana. Metode ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara dua variabel, yaitu satu variabel *independen* (X) dan satu variabel *dependen* (Y). Regresi linear sederhana memungkinkan peneliti untuk memprediksi nilai variabel *dependen* berdasarkan perubahan yang terjadi pada variabel *independen* (Susanti et al., 2021: 76).

Adapun rumus regresi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Pemenuhan kebutuhan informasi *esports*)

X = Variabel independent (variabel Penggunaan *Instagram @revivaltv*)

a = Intercept atau konstanta (nilai Y ketika X = 0)

b = Koefisien regresi (menunjukkan besarnya perubahan Y terhadap setiap satuan perubahan X)