



Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kualitas Informasi Akun Instagram @Magangupdate Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Magang Followers

The Influence Of Social Media Use And The Quality Of Instagram Account Information @Magangupdate On Meeting The Information Needs Of Intern Followers

Atika Apriani

Universitas Gunadarma, Indonesia

*Email: Aprianiatika27@gmail.com

*Correspondence: Atika Apriani

DOI:

10.59141/comserva.v3i06.1029

ABSTRAK

Penelitian ini mengenai usaha mencari informasi tentang magang untuk memenuhi kebutuhan informasi dengan melihat kualitas informasi dan penggunaan media sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @magangupdate terhadap pemenuhan kebutuhan informasi magang followers. Teori yang digunakan adalah teori Uses and Gratification, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan paradigma penelitian positivisme. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah survei dengan menyebarkan kuesioner melalui gform. Penentuan pengukuran sampel penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan jumlah 400 responden. Data yang diperoleh selanjutnya diolah menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara penggunaan media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @magangupdate terhadap pemenuhan kebutuhan informasi magang followers. Dibuktikan berdasarkan hasil uji regresi linear berganda sebesar $Y = 4.128 + 0,374 + 0,515 + e$. Serta adanya pengaruh secara parsial dan simultan antara penggunaan media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @magangupdate terhadap pemenuhan kebutuhan informasi magang followers. Adapun penggunaan media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @magangupdate memberikan sumbangan pengaruh sebesar 43,1% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi magang followers berdasarkan hasil uji koefisien determinasi.

Kata Kunci: Penggunaan Media Sosial, Kualitas Informasi, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Magang

ABSTRACT

This research is about trying to find information about internships to meet information needs by looking at the quality of information and the use of social media. The purpose of this study was to find out and analyze the effect of using social media and the quality of information on the Instagram @magangupdate account on fulfilling the information needs of apprentice followers. The theory used is the Uses and Gratification theory, this study uses a quantitative approach and a positivism research paradigm. The data collection method used was a survey by distributing questionnaires via gform. Determination of the measurement of this study sample using the Slovin formula with a total of 400

Atika Apriani

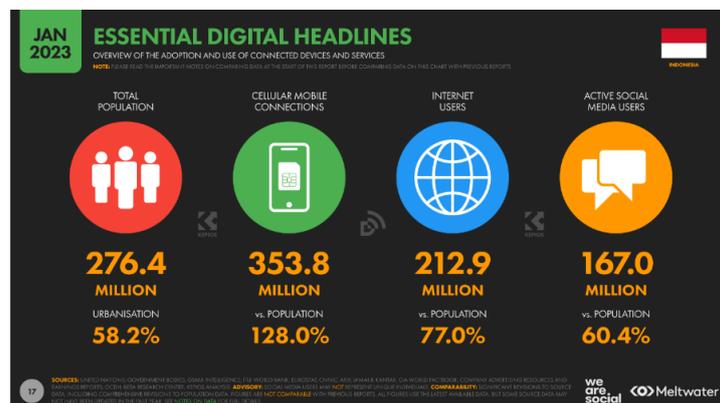
Social Innovation PT. Pertamina EP Pendopo Field in Orchid Plant Conservation to Realize Orchid Tourism Village in Selangit Village, Musi Rawas Regency

respondents. The data obtained was then processed using SPSS version 25. The results of this study showed that there was a positive influence between the use of social media and the quality of information on the Instagram @magangupdate account on meeting the information needs of apprentice followers. This is evidenced by the results of multiple linear regression tests of $Y = 4,128 + 0.374 + 0.515 + e$. As well as the partial and simultaneous influence of the use of social media and the quality of information on the Instagram @magangupdate account on meeting the information needs of apprentice followers. The use of social media and the quality of information on the Instagram account @magangupdate contributed 43.1% to fulfilling the information needs of apprentice followers based on the results of the coefficient of determination test.

Keywords: Use of Social Media, Quality of Information, Fulfillment of Information Needs, Internship

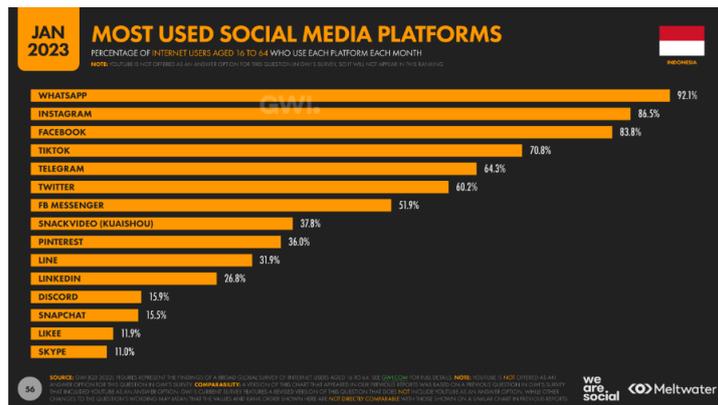
PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial dari tahun ke tahun menjadi salah satu jalan pembuka untuk manusia mencari berbagai macam informasi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Terutama di era digital saat ini, manusia lebih sering menggunakan media online, dibandingkan media konvensional karena kemudahan yang didapatkan. Kemudahan mengakses inilah yang kemudian membuat perusahaan, media atau lembaga membagikan informasi melalui media sosial. Realitas ini sejalan dengan data dari WeAreSocial yang menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia meningkat sebesar 10 juta (+5,2 persen) antara tahun 2022 dan 2023. Serta, menurut WeAreSocial ada 167,0 juta pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2023 dari total 276,4 juta jiwa penduduk Indonesia, yang setara dengan 60,4% dari total populasi.



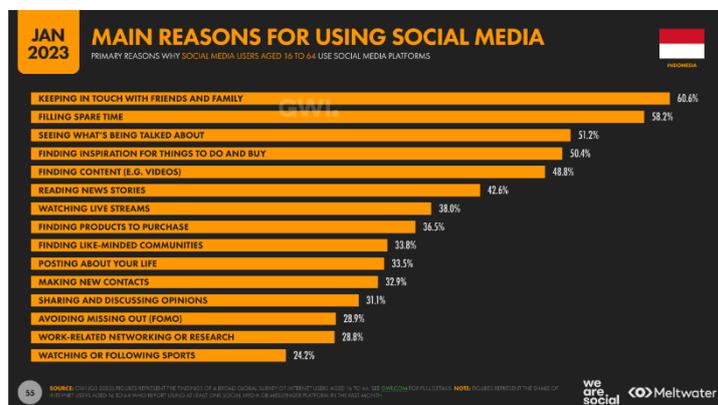
Sumber: wearesocial.com diakses pada 6 Mei 2023, pukul 21:15 WIB

Gambar 1. Data Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2023



Sumber: wearesocial.com diakses pada 6 Mei 2023, pukul 21:15 WIB
Gambar 2. Data Penggunaan Sosial Media Instagram di Indonesia 2023

Persentase pengguna internet di Indonesia, yang menggunakan setiap platform media sosial ditunjukkan melalui gambar di atas ini. Platform media sosial terbanyak kedua yang digunakan di Indonesia tahun 2023 menurut data dari WeAreSocial adalah Instagram, terhitung sebanyak 86,5% dari jumlah populasi. Kebutuhan akan informasi pada saat ini, membuat manusia lebih memilih media yang mudah dan cepat diakses untuk mendapatkan informasi, seperti pemanfaatan dan penggunaan media sosial Instagram sebagai media untuk mencari informasi, yang tidak jarang menyulitkan karena arus informasi yang semakin cepat dan beragam.



Sumber: wearesocial.com diakses pada 6 Mei 2023, pukul 21:15 WIB
Gambar 3 Data Alasan Utama Menggunakan Media Sosial Tahun 2023

Fenomena penggunaan media sosial ikut dijelaskan pada jurnal yang berjudul “Why People Use Social Media: A Uses and Gratifications Approach” dalam David (2013) yang memberikan pemahaman mengenai bagaimana pengguna media sosial memiliki pertimbangannya masing-masing dalam menggunakan media social, terdapat sepuluh kegunaan dan kepuasan yang ditemukan dalam penelitian tersebut, salah satunya pengguna dalam mempergunakan media sosial untuk pencarian informasi. Jurnal diatas menunjukkan bahwa pengguna merasakan kebutuhan dalam konteks lingkungannya. Pengguna mengakui kekurangan dalam pengetahuannya yang membutuhkan penyelesaian untuk menghadapi suatu masalah, sehingga mengarahkan pengguna pada pencarian informasi melalui berbagai sumber informasi salah satunya penggunaan media sosial. Menurut Krikelas

Atika Apriani

Social Innovation PT. Pertamina EP Pendopo Field in Orchid Plant Conservation to Realize Orchid Tourism Village in Selangit Village, Musi Rawas Regency

kebutuhan informasi adalah pengakuan tentang adanya ketidakpastian dalam diri seseorang yang mendorong seseorang untuk mencari informasi (Sawant, 2015). Adapun menurut Bambang S. Sankarto dan Maman Permana tentang pengertian pengguna informasi adalah pihak yang menerima atau menggunakan informasi (Saufa & Alamsyah, 2015). Pengguna informasi dapat menentukan kualitas seperti apa, menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan informasi mereka. Sedangkan informasi itu sendiri adalah sekumpulan data dari sebuah fakta kemudian dikelola menjadi sesuatu yang dapat bermanfaat. Seperti halnya dewasa ini masyarakat membutuhkan informasi akan magang yang kredibel, akurat dan relevan (Kustina et al., 2022) (Lestari & Amri, 2020).

Magang menjadi salah satu program yang banyak diminati dan populer oleh masyarakat khususnya generasi usia muda, usia produktif, mahasiswa atau fresh graduate saat ini, peminatnya semakin meningkat sejak kegiatannya ramai digaungkan di media social (Nuraini et al., 2019) (Utarini, 2021). Kategori umur tersebut menurut Departemen Kesehatan Republik Indonesia tahun 2009 termasuk ke dalam umur masa remaja akhir 17-25 tahun yang merupakan masa peralihan dari remaja menjadi dewasa di ikuti oleh perkembangan hormon pada seseorang yang mengubahnya menjadi berbeda secara fisik yang lebih matang, pemikiran yang terbuka dan terorganisir. Sesuai Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Nomor 6 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Pemagangan di Dalam Negeri. Peraturan ini menambah regulasi terkait syarat magang di Pasal 9, yaitu, berusia minimal 17 tahun. Berdasarkan sumber katadata.co.id dalam Jumlah Peserta Magang di Dalam dan Luar Negeri (2014-2018) pada 2030 Indonesia diprediksi mengalami bonus demografi di mana kelompok penduduk usia produktif mendominasi, kondisi ini perlu dimaksimalkan mengingat pada saat itu Indonesia membutuhkan 113 juta tenaga terampil. Salah satu solusi yang digulirkan ialah program pemagangan berbasis kompetensi.

Magang menjadi salah satu program yang banyak diminati oleh masyarakat khususnya usia produktif, dibuktikan berdasarkan survei tahun 2020 yang CewekBanget.ID & HAI Online lakukan pada 2.442 remaja perempuan dan laki-laki berusia 15-24 tahun. Hasil survei menunjukkan 92% remaja merasakan sendiri manfaat magang untuk mendapatkan keterampilan dan menunjang karir di masa depan, serta 89% remaja diantaranya yang pernah melakukan magang percaya diri mendapatkan pekerjaan yang layak dimasa depan. Selain itu, 47,3% responden juga menilai bahwa lembaga pendidikan tempat mereka belajar tidak memberikan cukup ilmu untuk terjun ke dunia kerja, sehingga magang menjadi salah satu cara yang dapat mereka lakukan untuk mempersiapkan diri masuk ke dunia kerja.

Berdasarkan fenomena magang diatas individu berlomba-lomba memiliki kualitas diri sesuai dengan bidang dan kriteria perusahaan, agar dapat menjadi individu yang ahli dalam bidangnya, karena mempelajari teori saja tidak cukup, namun tetap harus diiringi dengan praktiknya. Terlebih, pada era digital saat ini semua aspek dan bidang bergerak lebih maju dan cepat sehingga persaingan dalam dunia kerja semakin sengit sejalan dengan kemajuan teknologi terkini. Hal ini membuat banyak perusahaan membutuhkan tenaga kerja yang berkualitas dan berpengalaman.

Menurut Rusidi (2006) magang merupakan salah satu mata kuliah yang harus diselesaikan setiap mahasiswa sebagai cara mempersiapkan diri untuk menjadi SDM propersional yang siap kerja (Wisnumurti et al., 2023). Menurut Sumardiono (2014), magang adalah proses belajar dari seorang ahli melalui kegiatan dunia nyata. Selain itu, magang adalah proses mempraktikkan pengetahuan dan keterampilan untuk menyelesaikan problem nyata di sekitar (Azwar, 2019). Tujuan magang adalah memberikan pemahaman kesesuaian antara pengetahuan yang diperoleh dengan kebutuhan perusahaan, industri, dan media guna mempersiapkan kualifikasi diri yang dibutuhkan pada masa yang akan datang.

Atika Apriani

Social Innovation PT. Pertamina EP Pendopo Field in Orchid Plant Conservation to Realize Orchid Tourism Village in Selangit Village, Musi Rawas Regency

Adapun magang yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, sama halnya dengan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) sebagai mata kuliah wajib di Universitas Gunadarma yang harus diikuti dan dilaksanakan oleh setiap mahasiswa pada semester akhir atau semester 7 sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma, serta Universitas Swasta dan Negeri lainnya yang memberlakukan kewajiban magang kepada mahasiswa. Oleh karena itu, para generasi usia muda, usia produktif, mahasiswa atau fresh graduate harus mencari informasi seputar magang, salah satunya dengan menggunakan media sosial. Berikut daftar akun Instagram yang menyediakan informasi seputar magang.

Tabel 1 Daftar Akun Instagram yang Menyediakan Informasi Seputar Magang

No	Nama Instagram	Jumlah Followers	Jumlah Unggahan
1	@magangupdate	386.000	6.063
2	@anakmagang.id	323.000	4.664
3	@idnvolunteer	315.000	3.980
4	@tempatmagang_	143.000	2.771
5	@infomagang.co	106.000	3.755

Sumber: Olahan Peneliti pada 6 Mei 2023, pukul 23:00 WIB

Menurut website Yoursay.id akun Instagram @magangupdate menjadi salah satu akun dari 5 akun di atas yang terpercaya dan terkini untuk mencari informasi magang, dengan jumlah followers terbanyak dan akun yang sudah terverified. Berdasarkan hasil pencarian peneliti, akun Instagram @magangupdate menjadi akun dengan jumlah followers dan informasi terbanyak dibandingkan akun lain dalam tabel diatas yang juga menyediakan informasi seputar magang. Alasan peneliti memilih akun Instagram @magangupdate karena menurut informasi yang peneliti dapat melalui akun Instagram @magangupdate, dalam postingannya akun Instagram @magangupdate berfokus membagikan informasi seputar magang hampir setiap hari dari berbagai perusahaan dan posisi yang tersedia serta telah bekerjasama dengan lebih dari 10 Universitas, 40 Perusahaan dan Star-up, dan 1000 Event Partner. Selain memberikan informatif seputar dunia magang, akun Instagram @magangupdate juga mengadakan program bagi para pengikutnya untuk bekal masuk ke dunia kerja seperti Program Magang Update Academy, Magang Update Acceleration Program, dan CV Clinic. Dimana dengan adanya program tersebut, tentu memberikan keunggulan bagi akun Instagram @magangupdate dibandingkan akun lainnya. Sebab, tidak semua akun secara khusus mengadakan program untuk pengembangan diri para followers-nya. Jika dibandingkan dengan Magang Merdeka yang diadakan oleh Kemendikbud, terdapat kekurangan dari segi durasi batas waktu yang hanya dibuka saat awal semester dan daya saing tinggi karena diikuti oleh mahasiswa hampir seluruh Indonesia yang mendaftarkan diri.

Atika Apriani

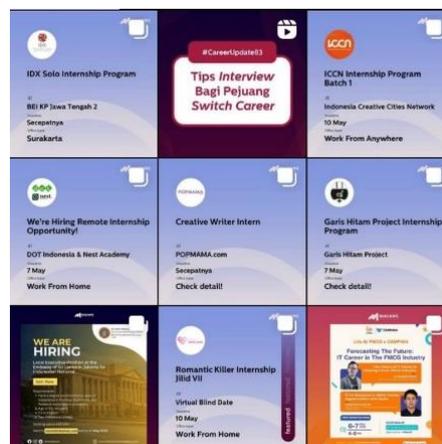
Social Innovation PT. Pertamina EP Pendopo Field in Orchid Plant Conservation to Realize Orchid Tourism Village in Selangit Village, Musi Rawas Regency



Sumber: instagram.com diakses pada 6 Mei 2023, pukul 23:00 WIB

Gambar 4 Akun Media Sosial Instagram @magangupdate

Akun Instagram @magangupdate adalah akun media yang menyediakan informasi seputar magang atau internship, terkhusus bagi pengikutnya. Berdiri sejak tahun 2012, @magangupdate kini memiliki 386 ribu pengikut di Instagram yang membuat akun Instagram @magangupdate sebagai salah satu pilihan tempat mencari informasi seputar magang. @magangupdate mengelola berbagai informasi magang dari berbagai perusahaan, industri, serta media, dengan penyajian tampilan informasi berupa gambar dan tulisan. Tidak hanya membagikan informasi seputar magang, @magangupdate juga memberikan informasi tambahan seperti tips dan trik career yang berkaitan dengan magang melalui feeds, reels, instastory serta highlight Instagram mereka.



Sumber: instagram.com diakses pada 6 Mei 2023, pukul 23:00 WIB

Gambar 5 Feeds Akun Media Sosial Instagram @magangupdate



Sumber: [instagram.com](https://www.instagram.com/magangupdate) diakses pada 6 Mei 2023, pukul 23:00 WIB

Gambar 6 Layout Akun Media Sosial Instagram @magangupdate

Akun Instagram @magangupdate membagikan informasi seputar magang yang tersedia dari berbagai perusahaan dan posisi, sehingga kita bisa mengetahui informasi magang terbaru melalui unggahannya. Berdasarkan gambar 1.6 dan 1.7 akun Instagram @magangupdate berusaha menyajikan tampilan informasi yang singkat, padat dan jelas. Terlihat dari feeds, layout dan caption yang selaras, untuk mencari, membaca dan memahami informasi yang disajikan. Informasi yang diberikan seputar posisi, nama perusahaan, waktu dan tempat, diikuti dengan logo dari perusahaan itu sendiri. Guna melengkapi informasi, selain dengan gambar akun Instagram @magangupdate juga menambahkan informasi melalui caption.

Dapat dikatakan kualitas informasi adalah penilaian atas baik buruknya sebuah informasi yang diberikan oleh penyedia informasi dan harus memenuhi beberapa kriteria (YANTI, 2022). Ada beberapa karakteristik menurut Weber (1999) dalam menilai apakah sebuah informasi memiliki kualitas yang baik atau tidak antara lain accuracy, timeliness, relevance, informativeness, dan competitiveness dimulai dari keakuratan informasi, ketepatan waktu dari informasi yang disampaikan, penyesuaian informasi dengan apa yang dibutuhkan oleh khalayak, dapat mudah dipahami oleh khalayak, dan menyediakan informasi yang lengkap (ELYASARI, 2021). Dalam penggunaan media sosial, masyarakat harus cerdas guna memperoleh dan memaknai sebuah informasi dengan baik dan benar, oleh karenanya kita harus memperhatikan kualitas informasi agar terhindar dari kekeliruan atau hoax.

Kebutuhan informasi adalah fenomena dimana seseorang merasa adanya kesenjangan antara pengetahuan yang dimilikinya dengan masalah yang sedang dihadapi, sehingga perlu memenuhi informasi yang tidak diketahuinya. Pemenuhan kebutuhan informasi merupakan hak bagi setiap individu, meskipun demikian informasi yang dibutuhkan oleh setiap individu berbeda-beda, dalam memenuhi kebutuhan informasi setiap orang memiliki cara tertentu dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Dengan adanya fenomena yang terjadi dewasa ini, dimana penggunaan internet salah satunya media sosial Instagram sebagai tempat menemukan informasi tanpa batasan ruang dan waktu, serta akses yang cepat dibandingkan dengan media konvensional sehingga secara sadar manusia berusaha mendapatkan dan membagi informasi setiap hari. Arus informasi yang semakin hari beragam hingga menimbulkan fenomena yang disebut dengan information overload. Membuat manusia harus memperhatikan baik buruknya kualitas informasi agar sesuai dengan yang diharapkan dan dibutuhkan, terutama informasi magang sebagai suatu kebutuhan akademis. Fenomena tersebutlah yang menjadi perhatian peneliti untuk melakukan penelitian.

Atika Apriani

Social Innovation PT. Pertamina EP Pendopo Field in Orchid Plant Conservation to Realize Orchid Tourism Village in Selangit Village, Musi Rawas Regency

Adapun penelitian terdahulu yang pertama menjadi referensi peneliti sebagai pendukung untuk menjalankan penelitian yaitu, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Covid-19 pada Followers Akun Instagram @Kemenkes_RI.” oleh Mohamad Iqbal Saputra, Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma, 2023. Didapatkan bahwa hasil dari penggunaan media sosial dan kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Covid-19 pada followers akun Instagram @kemenkes_ri.

Selanjutnya pada penelitian terdahulu kedua yang menjadi referensi peneliti sebagai pendukung untuk menjalankan penelitian yaitu, “Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi pada Akun Instagram @Animolife Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers.” oleh Muhamad Duky Nurhaditio, Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma, 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh terpaan dan kualitas informasi media sosial akun instagram @animolife terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers.

Selanjutnya pada penelitian terdahulu ketiga yang menjadi referensi peneliti sebagai pendukung untuk menjalankan penelitian yaitu, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers” oleh Helen, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, 2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial akun instagram @jktinfo memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followersnya.

Selanjutnya pada penelitian terdahulu keempat yang menjadi referensi peneliti sebagai pendukung untuk menjalankan penelitian yaitu, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers” Oleh Dian Mustika Ramadhani H. Djafa Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial (X) mempengaruhi kebutuhan informasi (Y) sebesar 59,8% sedangkan sisanya 40,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Selanjutnya pada penelitian terdahulu kelima yang menjadi referensi peneliti sebagai pendukung untuk menjalankan penelitian yaitu, “Pengaruh Terpaan Informasi, Kualitas Informasi, dan Motif Penggunaan Media Akun Instagram @Anakmagang.Id Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Magang Bagi Followers” oleh Ayuni Sandra Puspita, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma, 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Pengaruh Terpaan Informasi, Kualitas Informasi, dan Motif Penggunaan Media berpengaruh dan mempunyai hubungan positif Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi.

Tujuan penelitian pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial akun Instagram @magangupdate terhadap pemenuhan kebutuhan informasi magang followers. Untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi akun Instagram @magangupdate terhadap pemenuhan kebutuhan informasi magang followers. Dan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @magangupdate terhadap pemenuhan kebutuhan informasi magang followers.

METODE

Program inovasi sosial dan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan secara berkelanjutan yang diinisiasi pada bulan Juli 2020 hingga Juli 2023. Lokasi Pengabdian Masyarakat dilakukan di Desa Selangit, Kabupaten Musi Lawas, Sumatra Selatan. Wilayah ini memiliki ketinggian tempat sekitar 230 mdpl. Kegiatan inovasi social ini bekerjasama dengan Metode dalam Pengabdian kepada Masyarakat

Atika Apriani

Social Innovation PT. Pertamina EP Pendopo Field in Orchid Plant Conservation to Realize Orchid Tourism Village in Selangit Village, Musi Rawas Regency

ini dibagi beberapa kegiatan yaitu: Tahap Inisiasi (Tahun 2020): Tahap ini diawali dengan tahap survey dan observasi ke lokasi di Desa Selangit, Kabupaten Musi Lawas. Tahap inisiasi ini juga dilakukan kegiatan penyelamatan spesies anggrek dan melibatkan masyarakat di Kelurahan Selangit dengan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu proses menemukan pengetahuan dengan menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menganalisis keterangan tentang apa yang ingin diketahui (Djollong, 2014). Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka- angka dan analisis menggunakan statistic (Siyoto & Sodik, 2015). Sumber data yang digunakan menggunakan data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan Studi Pustaka dan Metode survey. Populasi dalam penelitian ini, melibatkan followers Instagram @magangupdate sebanyak 386.000 per 6 Mei 2023, pukul 23:00 WIB. Dalam penelitian ini penarikan sampel menggunakan sampel non probabilitas dengan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada tujuan dari penelitian dengan sudah ditentukannya kriteria khusus. Dalam penelitian yang peneliti teliti sampel yang diambil sesuai dengan kriteria tertentu atau menggunakan teknik Purposive Sampling yang sesuai dengan topik penelitian, yakni:

1. Aktif menggunakan media sosial khususnya Instagram, minimal 1 kali dalam satu hari
2. Followers Instagram @magangupdate

Jumlah sampel yang peneliti ambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin. Berikut rumus Slovin yaitu:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan (error) pengambilan sampel (0,5)²

Jumlah populasi yang digunakan adalah 386.000 followers per 6 Mei 2023, pukul 23:00 WIB, dengan perhitungan di atas maka:

$$\begin{aligned}n &= \frac{386.000}{1 + 386.000(0,5)^2} \\n &= \frac{386.000}{1 + 386.000(0,0025)} \\n &= \frac{386.000}{1 + 965} \\n &= \frac{386.000}{966} \\n &= 399.585921\end{aligned}$$

Sehingga diperoleh hasil jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 399.585921 responden dan dibulatkan oleh peneliti menjadi 400 responden followers Instagram @magangupdate.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Magang menjadi salah satu program yang banyak diminati dan populer di masyarakat khususnya generasi usia muda, usia produktif, mahasiswa atau fresh graduate saat ini, peminatnya semakin meningkat sejak kegiatannya ramai digaungkan di media sosial. Magang adalah proses mempraktikkan pengetahuan dan keterampilan untuk menyelesaikan problem nyata di sekitar. Tujuan

Atika Apriani

Social Innovation PT. Pertamina EP Pendopo Field in Orchid Plant Conservation to Realize Orchid Tourism Village in Selangit Village, Musi Rawas Regency

magang adalah memberikan pemahaman kesesuaian antara pengetahuan yang diperoleh dengan kebutuhan perusahaan, industri, dan media guna mempersiapkan kualifikasi diri yang dibutuhkan pada masa yang akan datang. Sehingga individu berlomba-lomba memiliki kualitas diri dengan bidang dan kriteria perusahaan, agar dapat menjadi individu yang ahli dalam bidangnya. Sehingga dewasa ini masyarakat membutuhkan informasi akan magang yang kredibel, akurat dan relevan. Kebutuhan akan informasi tersebut yang pada akhirnya mendorong masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dengan menggunakan media sosial, sebagai salah satu media yang mudah diakses dan dengan melihat kualitas informasi atas baik buruknya sebuah informasi agar dapat memenuhi kebutuhan informasi.

MagangUpdate Network adalah media informatif dan edukatif tentang dunia magang. Media ini sudah ada sejak tahun 2012 dan telah bekerjasama dengan lebih dari 10 Universitas, 40 Perusahaan dan Star-up, serta 1000 Event Partner. MagangUpdate Network memiliki tujuan menjadi penyedia informasi yang terpercaya bagi pelajar, mahasiswa, fresh graduate dan pencari kerja, tidak hanya seputar magang melainkan part time job, volunteer dan full time job mencari peluang bagi mereka untuk mengembangkan potensinya dan menyediakan beberapa artikel yang dapat memperluas wawasan mereka. MagangUpdate Network juga mengadakan lowongan internship dan program yang mereka miliki bagi siapa saja yang ingin menjadi bagian dari MagangUpdate Network. MagangUpdate Network menyediakan informasi diberbagai platform dan media, seperti Website, Instagram, Facebook, Twitter, dan Youtube.

Deskripsi data penelitian menurut hasil uji karakteristik jenis kelamin, dengan responden didominasi perempuan. Menurut hasil uji karakteristik usia, dengan responden didominasi 18-22 tahun. Menurut hasil uji karakteristik pekerjaan, dengan responden didominasi mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan teori Uses and Gratification yang pertama kali diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974. Dimana teori ini menekankan pada penggunaan media, yaitu pengguna dengan bebas berusaha mencari media mana yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhannya dan pengguna informasi dapat menentukan kualitas seperti apa, menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan informasi mereka. Teori uses and gratifications ini menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana memenuhi kebutuhan pribadi dan khalayak sosial. Jadi, bobotnya ialah pada khalayak aktif yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus (Saputra, 2021).

Berdasarkan penelitian yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Kualitas Informasi Akun Instagram @Magangupdate Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Magang Followers” dengan menyebarkan kuesioner kepada 400 responden lalu mengkaji dan menganalisis data yang didapat, maka peneliti mendapatkan hasil bahwa Penggunaan Media Sosial dan Kualitas Informasi Akun Instagram @Magangupdate Berpengaruh Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Magang Followers.

1. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Magangupdate Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Magang Followers

Dari hasil data yang telah diuji oleh peneliti menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara parsial antara Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Magangupdate terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Magang Followers. Hal ini dibuktikan pada hasil Uji T (Uji Prasional) diketahui bahwa nilai Sig sebesar 0,000 (<0,05) maka bersimpulan Variabel Penggunaan Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap Variabel Kebutuhan Informasi (H1 diterima).

Adapun pengaruh penggunaan media sosial akun Instagram @magangupdate berpengaruh positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi magang followers berdasarkan hasil Uji Regresi Linier Berganda sebesar $Y = 4.128 + 0,374 + 0,515 + e$ memiliki arti bahwa apabila ada kenaikan 1% Variabel Penggunaan Media Sosial akan menyebabkan kenaikan pada Kebutuhan Informasi sebesar 0.374. Hal ini menggambarkan bahwa semakin meningkatnya penggunaan media sosial akun Instagram @magangupdate, maka pemenuhan kebutuhan informasi followers dalam mendapatkan informasi magang akan ikut meningkat.

Berdasarkan hasil tanggapan responden pada variabel penggunaan media sosial yang terdiri dari 4 indikator yaitu konteks, komunikasi, kolaborasi dan koneksi sebagian besar responden setuju pada indikator koneksi dengan pernyataan nomor 2 sebagai pernyataan yang dominan disetujui responden yaitu “Akun Instagram @magangupdate memberikan informasi berkelanjutan seputar magang” yang kemudian hal ini menunjukkan media sosial akun Instagram @magangupdate bisa memenuhi tujuan dari individu yang menggunakannya dengan melakukan sesuatu yang bersifat berkelanjutan sehingga pengguna merasa lebih dekat dengan sebuah akun maupun perusahaan pengguna media sosial dan terpenuhinya kebutuhan informasi followers.

Terdapat keterkaitan antara penelitian ini dengan teori uses and gratification pada variabel penggunaan media sosial yaitu khalayak yang dianggap aktif, pemilihan media oleh khalayak itu sendiri, media yang memuaskan khalayak dalam memenuhi kebutuhan khalayak dan kesadaran yang cukup dalam penggunaan media tersebut yang selanjutnya dapat dibuktikan pada indikator koneksi melalui kuesioner nomor 3 bahwa sebagian followers setuju “Saya sering mencari kembali informasi seputar magang pada akun Instagram @magangupdate” hal ini dapat dibuktikan pada jawaban setuju dengan persentase (44,3%). Sehingga hasil pengujian pada penelitian ini dengan asumsi teori Uses And Gratification, penggunaan media sosial Akun Instagram @Magangupdate dinilai dapat memuaskan khalayak dalam mendapatkan sebuah informasi magang yang dibutuhkan.

Hal ini sejalan dengan penelitian Helen (2018) yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers” Didapatkan bahwa hasil dari penggunaan media sosial akun instagram @jktinfo berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followersnya.

2. Pengaruh Kualitas Informasi Akun Instagram @Magangupdate Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Magang Followers

Dari hasil data yang telah diuji oleh peneliti menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara parsial antara Kualitas Informasi Akun Instagram @Magangupdate terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Magang Followers. Hal ini dibuktikan pada hasil Uji T (Uji Prasional) diketahui bahwa nilai Sig sebesar 0,000 ($<0,05$) maka bersimpulan Variabel Kualitas Informasi berpengaruh signifikan terhadap Variabel Kebutuhan Informasi (H2 diterima).

Adapun pengaruh kualitas informasi akun Instagram @magangupdate berpengaruh positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi magang followers berdasarkan hasil Uji Regresi Linier Berganda sebesar $Y = 4.128 + 0,374 + 0,515 + e$ memiliki arti bahwa apabila ada kenaikan 1% Variabel Penggunaan Media Sosial akan menyebabkan kenaikan pada Kebutuhan Informasi sebesar 0,515. Hal ini menggambarkan bahwa semakin meningkatnya kualitas informasi media sosial akun Instagram @magangupdate, maka pemenuhan kebutuhan informasi followers dalam mendapatkan informasi magang akan ikut meningkat.

Berdasarkan hasil tanggapan responden, 4 indikator dari kualitas informasi yaitu akurat, ketepatan waktu, relevan dan kelengkapan sebagian besar responden setuju pada indikator relevan dengan pernyataan nomor 1 sebagai pernyataan yang dominan disetujui responden “Informasi yang disampaikan akun Instagram @magangupdate sesuai dengan kebutuhan informasi saya” hal ini dapat dibuktikan pada jawaban setuju dengan persentase (46,5%) yang kemudian menunjukkan semakin relevan kualitas informasi akun Instagram @magangupdate maka bisa memenuhi kesesuaian informasi dengan apa yang dibutuhkan oleh pembaca.

Berdasarkan teori uses and gratifications pada variabel kualitas informasi penelitian ini lebih menekankan pada kepuasan pengguna. Dimana konsep uses sangatlah penting, pengguna informasi adalah pihak yang menerima atau menggunakan informasi. Pengguna informasi dapat menentukan kualitas seperti apa dan bagaimana kebutuhan informasi mereka, penilaian terhadap isi dari media hanya dapat dilakukan oleh pengguna media itu sendiri. Kepuasan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepuasan yang dihasilkan dari kualitas informasi akun Instagram @magangupdate dalam memenuhi kebutuhan informasi magang followers.

Hal ini sejalan dengan penelitian Muhamad Duky Nurhaditio (2023) “Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi pada Akun Instagram @Animolife Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers.” Didapatkan bahwa hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh terpaan dan kualitas informasi media sosial akun instagram @animolife terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers (Nurhaditio & Hartanto, 2023).

3. Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Kualitas Informasi Akun Instagram @Magangupdate Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Magang Followers

Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen yaitu Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Kualitas Informasi Akun Instagram @Magangupdate terhadap variabel dependen yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi Magang Followers. Hal ini dibuktikan pada hasil Uji F (Uji Simultan) diketahui bahwa nilai Sig yang didapatkan sebesar 0,000 (<0,05) dan nilai F-hitung > F-tabel sebesar 150.504 > 3.01 maka berkesimpulan HA3 diterima dan H03 ditolak yang artinya Variabel Penggunaan Media Sosial dan Variabel Kualitas Informasi berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap Variabel Kebutuhan Informasi.

Adapun berdasarkan Uji Korelasi Determinasi (R Square) diketahui variable independen Penggunaan Media Sosial dan Kualitas Informasi memberikan sumbangan pengaruh sebesar 43,1% terhadap variabel dependen Kebutuhan Informasi dan sisanya 56,9% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini. Serta jika melihat seberapa besar nilai korelasinya pada Tabel 3.5 Nilai Interpretasi Koefisien Korelasi nilai R Square sebesar 0,431 masuk kedalam kategori hubungan yang cukup.

Selanjutnya pengaruh penggunaan media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @magangupdate berpengaruh positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi magang followers berdasarkan hasil Uji Regresi Linier Berganda sebesar $Y = 4.128 + 0,374 + 0,515 + e$. Hal ini menggambarkan bahwa semakin meningkatnya penggunaan media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @magangupdate, maka pemenuhan kebutuhan informasi followers dalam mendapatkan informasi magang akan ikut meningkat.

Keterkaitan teori uses and gratifications terhadap penelitian ini adalah kebutuhan akan informasi magang yang mendorong followers Instagram @magangupdate untuk mencari informasi yang masih kurang mencukupi pengetahuan mereka sehingga followers berusaha berperan aktif

Atika Apriani

Social Innovation PT. Pertamina EP Pendopo Field in Orchid Plant Conservation to Realize Orchid Tourism Village in Selangit Village, Musi Rawas Regency

mencari dan menikmati informasi seputar magang yang disajikan oleh akun Instagram @magangupdate untuk menimbulkan kepuasan atas kebutuhannya. Hal ini sejalan dengan teori uses and gratification yang memfokuskan pada pengguna (uses) yang mempunyai kebebasan untuk memutuskan lewat media mana mereka menggunakan media tersebut untuk mendapatkan kepuasan (gratification) atas kebutuhannya. Serta kepuasan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepuasan dari penggunaan media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @magangupdate terhadap pemenuhan kebutuhan informasi magang followers.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori uses and gratification karena followers Instagram @magangupdate berperan aktif (uses) menentukan media mana yang ingin digunakan untuk mendapatkan kepuasan (gratification) dalam memenuhi kebutuhan akan informasi tentang magang. Dimana informasi magang menjadi motif followers Instagram @magangupdate memilih media tersebut. Adapun peran Instagram @magangupdate hanya sebagai salah satu media yang memberikan informasi seputar magang untuk memenuhi kebutuhan informasi magang followers, karena teori ini lebih melihat kepada apa yang dilakukan pengguna media terhadap media. Dalam menentukan media yang akan dipilih, pengguna media dapat melihat dari kualitas informasi yang dimiliki media tersebut untuk menilai apakah media tersebut dapat memenuhi kebutuhan informasi atau tidak. Di artikan dalam hal ini, pengguna media memiliki peranan yang sangat penting untuk menilai terhadap isi dari media itu sendiri.

Peran penggunaan media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @magangupdate dalam pemenuhan kebutuhan informasi magang followers sebanyak 45% responden setuju, bahwa akun Instagram @magangupdate memenuhi kebutuhan informasi magang followers, dibuktikan berdasarkan pernyataan pada indikator Catching-up need approach yang mendapatkan hasil jawaban setuju terbanyak dengan pernyataan nomor 2 sebagai pernyataan yang dominan disetujui responden “Akun Instagram @magangupdate secara singkat mampu memenuhi kebutuhan informasi saya seputar magang” dengan persentase (48,0%). Hal ini yang kemudian menunjukkan bahwa akun Instagram @magangupdate dapat memenuhi informasi magang followers dengan informasi yang ringkas, tetapi juga lengkap yang sifatnya relevan.

Hasil olah data penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas informasi yaitu kualitas informasi akun Instagram @magangupdate menjadi variabel yang mendominasi dalam tercapainya pemenuhan kebutuhan informasi magang followers berdasarkan hasil uji T sebesar 10.091. Sehingga dapat dikatakan dengan kualitas informasi seputar magang yang baik maka followers akan mendapatkan kesesuaian informasi dengan apa yang dibutuhkan dan kebermanfaat informasi itu sendiri, karena sebaiknya sebuah informasi adalah yang dapat memberikan manfaat bagi penggunanya.

Hal ini sejalan dengan penelitian Mohamad Iqbal Saputra (2023) yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Covid-19 pada Followers Akun Instagram @Kemenkes_RI.” Didapatkan bahwa hasil dari penggunaan media sosial dan kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Covid-19 pada followers akun Instagram @kemenkes_ri.

Hasil dan pembahasan dapat disimpulkan, penggunaan media sosial akun Instagram @magangupdate dapat memberikan informasi magang yang berkelanjutan dan kualitas informasi yang sesuai dengan kebutuhan followers, sehingga followers sebagai pengguna media secara sadar memilih akun instagram @magangupdate (uses) sebagai medianya untuk mendapatkan kepuasan dalam memenuhi kebutuhan informasi magang (gratification).

Atika Apriani

Social Innovation PT. Pertamina EP Pendopo Field in Orchid Plant Conservation to Realize Orchid Tourism Village in Selangit Village, Musi Rawas Regency

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data penelitian, Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Kualitas Informasi akun Instagram @magangupdate Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Magang Followers, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Penggunaan Media Sosial akun Instagram @magangupdate berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi magang followers dibuktikan dengan nilai t hitung (7.425) > t tabel (1,965). 2) Kualitas Informasi akun Instagram @magangupdate berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi magang followers dibuktikan dengan nilai t hitung (10.091) > t tabel (1,965). 3) Variabel Penggunaan Media Sosial dan Variabel Kualitas Informasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Variabel Kebutuhan Informasi dibuktikan dengan nilai f hitung (150.504) > f tabel (3.018). Serta memberikan sumbangan pengaruh sebesar 43,1% terhadap dan sisanya 56,9% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, E. (2019). Program Pengalaman Lapangan (Magang) Terhadap Kepercayaan Diri Mahasiswa Pendidikan Jasmani Kesehatan Dan Rekreasi. *Jurnal Penjaskesrek*, 6(2), 211–221.
- Damayanti, T. P. (2015). *Strategi Kanal Detikfood Dalam Mengelola Rubrik Halal Di Detikcom*. Bakrie University.
- Djollong, A. F. (2014). Tehnik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif. *Istiqra: Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam*, 2(1).
- Elyasari, R. (2021). *Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Data Pemilih Pada Pemilihan Umum Tahun 2019 (Studi Pada Komisi Pemilihan Umum Kota Bandar Lampung)*. Universitas Lampung.
- Kustina, K. T., Nurhayati, M., Pratiwi, E., Lesi Hertati, S. E., Capm, A. C. A. C. T. A. A. C., Qodari, A., Ak, M., Asti Nurhayati, S., Asri Jaya, S. E., & Saefullah, A. (2022). *Sistem Informasi Manajemen*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Lestari, K. C., & Amri, A. M. (2020). *Sistem Informasi Akuntansi (Beserta Contoh Penerapan Aplikasi Sia Sederhana Dalam Umkm)*. Deepublish.
- Nuraini, A., Kusmulyono, M. S., Ratna, F. Y., Septina, N., Bhinekawati, R., Asgha, B., Sijabat, R., Handoko, R., Jahroh, S., & Kusuma, S. E. (2019). *Menggagas Pembelajaran Kewirausahaan Sosial*. Penerbit Atma Jaya.
- Nurhaditio, M. D., & Hartanto, E. (2023). Pengaruh Terpaan Dan Kualitas Informasi Pada Akun Instagram@ Animolife Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(02), 57–62.
- Saputra, F. (2021). *Komunikasi Antar Pribadi Mahasiswa Dengan Teman Akrab Dalam Pembentukan Konsep Diri (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2014 Universitas Muhammadiyah Malang)*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Saufa, A. F., & Alamsyah, A. (2015). Pengaruh Pengelolaan Arsip Data Survei Tahun 2014 Di Bagian Pelayanan Statistik Terpadu Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengahterhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pengguna. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 4(2), 148–156.
- Sawant, S. (2015). Krikelas' Model Of Information Seeking Behavior (1983). In *Information Seeking Behavior And Technology Adoption: Theories And Trends* (Pp. 82–93). Igi Global.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
-

Atika Apriani

Social Innovation PT. Pertamina EP Pendopo Field in Orchid Plant Conservation to Realize Orchid Tourism Village in Selangit Village, Musi Rawas Regency

Utarini, A. (2021). *Writing For Healing: Catatan Inspiratif Tentang Covid19 Dari Berbagai Sudut Pandang*. Ugm Press.

Wisnumurti, W., Faulina, S. T. F., & Novari, S. (2023). Pelatihan Optimalisasi Microsoft Office Untuk Meningkatkan Kegiatan Mahasiswa/I Pada Pengabdian Masyarakat Di Universitas Mahakarya Asia Baturaja. *Bernas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 410–415.

Yanti, R. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Informasi Laporan Keuangan Pemerintah Daerah*.



© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).