

**Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap  
Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Toko Barokashop Gorontalo  
(Studi Kasus Pada Followers Toko @barokashop\_gtlo)**

**Lia Yustika Madjid<sup>a,\*</sup>, Rizan Machmud<sup>b</sup>, Andi Juanna<sup>c</sup>**

<sup>a,b,c</sup> Universitas Negeri Gorontalo,  
email: [liamadjid31@gmail.com](mailto:liamadjid31@gmail.com)\*

**INFO ARTIKEL**

**Riwayat Artikel:**

Received : 9 April 2025

Revised : 3 Mei 2025

Accepted : 11 Mei 2025

**Keywords:**

Social Media and Fulfillment  
of Information Needs

**Kata Kunci:**

Media Sosial dan Pemenuhan  
Kebutuhan Informasi

**DOI: 10.62335**

**ABSTRACT**

*This study aims to determine how much social media influences consumer decisions partially. The data collection technique in this study used a questionnaire with a population of 21,800 Instagram followers @barokashop\_gtlo. This study used 100 respondent samples using a sampling technique, namely the purposive sampling technique. The type of data used in this study is primary data with a quantitative research approach. The data analysis method used is simple linear regression analysis. The results of the study indicate that social media influences the fulfillment of information needs at the Barokashop Gorontalo Store. Based on the results of the analysis of the coefficient of determination of the social media variable in explaining the variable of fulfilling information needs is 46.1%.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar media sosial berpengaruh terhadap keputusan konsumen secara parsial. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner dengan populasi *followers* Instagram @barokashop\_gtlo sebanyak 21.800. Penelitian ini menggunakan 100 sampel responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu teknik *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di Toko Barokashop Gorontalo. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi variabel media sosial dalam menjelaskan variabel pemenuhan kebutuhan informasi adalah sebesar 46.1%.

## LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi yang sangat cepat kini dapat mempermudah aktivitas manusia dalam hal berkomunikasi dan mendapatkan serta berbagi informasi yang dibutuhkan. Hadirnya media baru berbasis teknologi dengan menggunakan jaringan internet kini dapat memenuhi segala kebutuhan manusia. Dengan berkembangnya teknologi internet kini menjadikan masyarakat sebagai pengguna aktif internet yang dapat terhubung satu sama lain (Djafar & Putri, 2020).

Kemudahan penggunaan internet yang dapat diakses kapan saja melalui *handphone*, laptop, atau tablet serta dapat dibawa kemana saja, membuat media sosial tidak hanya sebagai sarana berkomunikasi, melainkan juga sebagai sarana pencarian informasi. Hal tersebut menyebabkan media konvensional seperti televisi, koran, radio, majalah dikesampingkan oleh masyarakat. Bahkan akses media konvensional saat ini sudah berbasis internet (Helen & Rusdi, 2019).

Salah satu platform dari media sosial yang paling aktif dipakai ialah Instagram. Berkembangnya penggunaan Instagram dikalangan masyarakat menjadikan Instagram semakin meningkat kualitasnya, sehingga tidak hanya membagikan hasil postingan berupa gambar dan video, kini masyarakat dapat menggunakan Instagram untuk mengespresikan diri melalui fitur yang disediakan mulai dari live story, IGTV, dengan menggunakan efek-efek yang disediakan dalam platform tersebut (Miranda, 2017).

Perkembangan zaman dan waktu membuat Instagram semakin memiliki banyak fungsi yang dapat digunakan, yaitu untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi berupa foto, video, dan juga pesan. Menurut Bawden & Robinson dalam Kinanti & Erza (2020), kebutuhan informasi merupakan suatu ketidakseimbangan yang ada diantara pengetahuan yang sudah dimiliki dan pengetahuan yang ingin diketahui. Dapat diambil kesimpulan yakni, kebutuhan informasi mengacu pada situasi dimana seseorang merasakan kebutuhan untuk memuaskan keingintahuannya sendiri karena kurangnya pengetahuan yang dimiliki. Menurut Kulthau dalam Damaiyanti (2015), kebutuhan informasi terjadi saat adanya kesenjangan informasi atau gap antara yang harus dimiliki seseorang dan yang saat itu dimiliki seseorang. Dalam memenuhi kebutuhan informasi, terdapat proses yang harus dilalui agar informasi yang didapatkan akurat. Informasi tersebut dapat bersumber dari seseorang atau suatu barang yang memiliki informasi. Agar dapat memperoleh suatu informasi, seseorang dapat mendapatkannya melalui saluran informasi yang ada. Contohnya seperti televisi, internet, buku, radio, perpustakaan, teman, dan keluarga (Birawa, 2016).

Pencarian informasi dan kemudahan penggunaan media sosial merupakan tahap terpenting untuk pengambilan keputusan dalam berbelanja di media sosial. Sebelum konsumen melakukan pembelian, biasanya mereka akan mencari informasi mengenai produk yang diinginkan ataupun produk yang sedang ditawarkan oleh produsen. Hal ini menjadi salah satu strategi pemasaran yang dipakai para pemilik toko *online shop* dengan memberikan informasi kepada para konsumen mengenai produk-produk yang diinginkan melalui media sosial (Rifai et al., n.d.).

Salah satu akun yang menyebarkan informasi penjualan yaitu *@barokashop\_gtlo*. Toko Baroka Shop Gorontalo merupakan salah satu toko yang penjualannya menggunakan salah satu platform media sosial instagram. Akun media sosial Instagram *@barokashop\_gtlo* memiliki 21.800 pengikut.

Informasi yang dikumpulkan bisa berupa harga, merek, kualitas produk, spesifikasi barang, dan bentuk produk yang selanjutnya dijadikan pertimbangan bagi konsumen apakah ingin membeli produk tersebut atau tidak (Setiawati, Mila, 2015).

Penelitian relevan yang dilakukan mengenai penggunaan media sosial Instagram @Jktinfo memberikan hasil bahwa ada pengaruh yang signifikan pada penggunaan media sosial Instagram @Jktinfo dengan indikator *context*, *communication*, *collaboration* dan *connection* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*-nya dibuktikan dengan hasil kuisioner rata-rata 65,5% dari responden memberikan jawaban setuju. Pengikut akun tersebut mengaku sangat terbantu dalam mendapatkan dan memenuhi kebutuhan informasi dengan adanya akun @Jktinfo, pengguna dapat dengan mudah mendapatkan informasi-informasi seputar Kota Jakarta. Selain itu, menurut Fauziyyah dan Rina (2020:23) pada penelitian yang dilakukan mengenai efektivitas akun Instagram @infobandungraya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* menunjukkan hasil penelitian bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X yaitu akun Instagram @infobandungraya memberikan pengaruh sebesar 55,95% terhadap variabel Y yaitu kebutuhan informasi *followers* dengan indikator yaitu jenis-jenis kebutuhan terhadap informasi seperti *current need approach*, *everyday need approach*, *exhaustic need approach*, dan *catching up need approach* tentang Kota Bandung.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik mengadakan penelitian terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dengan judul *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Di Baroka Shop Gorontalo (Studi Kasus Pada Followers @barokashop\_gtlo)*

## METODE PENELITIAN

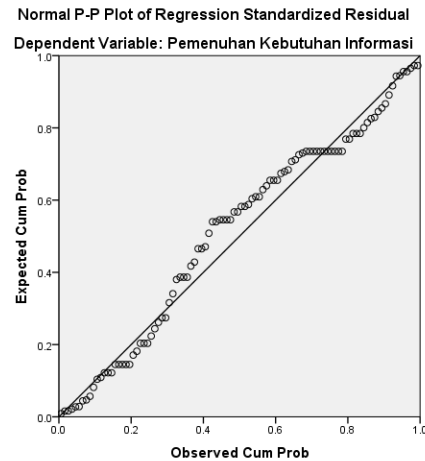
Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer. Prosedur pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik observasi dan kuisioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *followers* dari @barokashop\_gtlo yang berjumlah 21.800. Untuk menentukan besarnya jumlah sampel menggunakan rumus *slovin*, sehingga penentuan besaran jumlah sampel yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2} \quad n = \frac{21.800}{1 + 21.800 \cdot 0,1^2} \quad n = \frac{21.800}{219} \quad n = 99,5 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Berdasarkan rumus diatas, diperoleh sampel dari populasi yaitu sebanyak 100 orang. Dalam pengambilan sampel ini menggunakan Teknik *purposive sampling*.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Uji Normalitas



**Gambar 1. Grafik Uji Normalitas**  
**Sumber: Data Diolah (2024)**

Grafik diatas menunjukkan penyebaran mengikuti arah garis disekitar garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi dengan normal.

### Uji T

**Tabel 1. Uji T**

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant) | 34.070                      | 4.938      |                           | 6.900 | .000 |
| Media Sosial | .470                        | .091       | .461                      | 5.142 | .000 |

a. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan tabel di atas, H1 (Media Sosial terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi) diterima. Nilai  $t_{tabel}$  adalah sebesar 2.365407.

## Koefisien Determinasi

**Tabel 2. Koefisien Determinasi**

**Model Summary**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .461 <sup>a</sup> | .212     | .204              | 4.367                      |

a. Predictors: (Constant), Media Sosial

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi pada tabel di atas menunjukkan bahwa besarnya koefisien determinasi yang disesuaikan dengan angka atau nilai *r square* sebesar 0,461. Maka dapat disimpulkan bahwa variasi variabel independen (Media Sosial) dalam menjelaskan variabel dependen (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) sebesar 0,461 atau 46.1% sedangkan sisanya 53.9% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar model atau yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

## Analisis Regresi Linier Sederhana

**Tabel 3. Analisis Regresi Linier Sederhana**

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant) | 34.070                      | 4.938      |                           | 6.900 | .000 |                         |       |
| Media Sosial | .470                        | .091       | .461                      | 5.142 | .000 | 1.000                   | 1.000 |

a. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan model persamaan regresi tersebut, maka dapat diinterpretasikan hal-hal sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 34.070 menunjukkan nilai rata-rata variabel pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 34.070 dengan ketentuan nilai variabel media sosial bernilai konstan.
2. Nilai koefisien regresi variabel X (Media Sosial) sebesar 0,470 atau sebesar 47% menunjukkan setiap perubahan variabel media sosial sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 47%.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi**

Kebutuhan informasi adalah suatu keadaan di mana seseorang merasakan dan menyadari adanya kesenjangan antara pengetahuan yang ia miliki masih kurang atau tidak memadai untuk mencapai tujuan tertentu dalam hidupnya. Ketika seseorang menyadari bahwa apa yang diketahuinya tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan informasinya, maka timbul keinginan untuk memenuhi kebutuhan informasi tersebut.

Setiap individu memiliki kebutuhan informasi yang berbeda-beda. Tidak semua individu sama informasi yang dibutuhkan. Setiap informasi yang ada digunakan untuk memecahkan masalah, menambah wawasan, dan lain sebagainya. Sehingga, fenomena ini dapat dianggap bahwa pentingnya informasi sebagai kebutuhan hidup individu. Dengan kata lain, informasi sebagai komoditas utama dalam kehidupan sehari-hari. Zaman sekarang sumber untuk memuaskan kebutuhan informasi dapat dicapai melalui media sosial, dimana media sosial ini menyajikan informasi-informasi berbentuk digital.

Media sosial merupakan layanan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan konsumen untuk berbagi pendapat, pemikiran, cara pandang dan pengalaman (Kaplan & Haenlein, 2015). Sedangkan menurut pendapat ahli lainnya, media sosial mampu memenuhi kebutuhan konsumen atas informasi dengan menawarkan informasi yang faktual, spesifik, berbasis pengalaman dan bersifat non-komersial, yang dapat diperoleh dan diakses melalui sumber-sumber informasi diluar batasan lingkaran kehidupan sosial konsumen tersebut (Yoo & Gretzel, 2016).

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa media sosial berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada followers barokashop\_gtlo. Followers barokashop\_gtlo dapat dengan bebas memenuhi kebutuhan informasi melalui media sosial.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sanida, Devita dan Happy Prsetyawati (2023) mengenai Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @infobekasi.coo Terhadap Followers Dalam Mendapatkan Kebutuhan Informasi bahwa secara media sosial berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dan penggunaan Media Sosial Instagram menghasilkan 79.9% positif yang kuat terhadap kebutuhan informasi followers.

## **PENUTUP / KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa media sosial berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis mengenai media sosial berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

2. Variasi variabel independen (Media Sosial) dalam menjelaskan variabel dependen (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) sebesar 0,461 atau 46.1% sedangkan sisanya 53.9% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar model atau yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., & Maryani, A. (2020). The Effect of Social Media Twitter @womanfeeds to Fulfillment Information Needs of Skincare & Make Up Followers. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 6(2), 450–454.
- Aji, P. M., Nadhila, V., & Sanny, L. (2020). Effect of social media marketing on instagram towards purchase intention: Evidence from Indonesia's ready-to-drink tea industry. *International Journal of Data and Network Science*, 4(2), 91–104.
- Am'ndah, R. A., Susyanti, J., & Nurhidayah. (2021). Pengaruh Media Sosial Instagram Dan Relationship Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Era Industri 4.0 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 0, 14–25.
- Damaiyanti, C. (2015). Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pemustaka Nonkaryawan Di Perpustakaan Bank Indonesia Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 3(1).
- Diantari, N. P. E., & Jokhu, J. R. (2021). The Impact Of Instagram As A Social Media Tool On Consumer Purchase Decision On Nike. 07(1), 116–127.
- Djafar, D. M. R. H., & Putri, Y. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Visitbogar Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *E-Proceeding of Management*, 7(1), 1768–1776.
- Helen, H., & Rusdi, F. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Prologia*, 2(2), 355.
- Kementrian Komunikasi dan Informasi. (2019). *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia: Strategi dan Sektor Potensial*. 1–68.
- Khansa, S. D., & Putri, K. Y. S. (2022). Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca. *Jurnal InterAct*, 10(2), 24–34.
- Larasati, V., & Oktivera, E. (2019). Media Sosial Instagram Berpengaruh Terhadap Minat Beli Produk Wardah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 7(1), 31–40.
- Lubis, D. I. (2019). *Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @ Palembangterkini Dalam Pemenuhan Kebutuhan informasi Followers di Kota Palembang*.
- Djafar, D. M. R. H., & Putri, Y. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Visitbogar Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *E-Proceeding of Management*, 7(1), 1768–1776.

- Helen, H., & Rusdi, F. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Prologia*, 2(2), 355.
- Kementrian Komunikasi dan Informasi. (2019). *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia: Strategi dan Sektor Potensial*. 1–68.
- Khansa, S. D., & Putri, K. Y. S. (2022). Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca. *Jurnal InterAct*, 10(2), 24–34.
- Larasati, V., & Oktivera, E. (2019). Media Sosial Instagram Berpengaruh Terhadap Minat Beli Produk Wardah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 7(1), 31–40.
- Lubis, D. I. (2019). *Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @ Palembangterkini Dalam Pemenuhan Kebutuhan informasi Followers di Kota Palembang*.
- Miranda, S. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau. *Jom Fisip*, 4(1), 1–15.
- Qonaati, A. F. (2021). Pemenuhan Kebutuhan Informasi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Tingkat Kepuasan Pengikut Akun @ISJ11JATENG. *Commercium*, 04, 149–157.
- Rifai, M., Hariyanto, F., Studi, P., Pemerintahan, I., Karawang, R. T. T.-, Studi, P., Komunikasi, I., Karawang, R. T. T.-, Media, S., Informasi, P., & Pemula, P. (n.d.). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Pemenuhan*. 24–39.
- Rossza, D. A. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram @halodoc Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Followers. *Jom Fisip*, 7(1), 1–11.
- Sari, A. (2019). *Analisis Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Tabungan Di Bank Bni Syariah Kota Malang*.
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen* (6th ed.). Alfabeta.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133.
- Wardani, T. R. K., Suwignyo, H., & Ernaningsih, D. N. (2018). Kebutuhan Informasi dan Upaya Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada Komunitas Akar Tuli. *BIBLIOTIKA : Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 2(2), 105–112.