

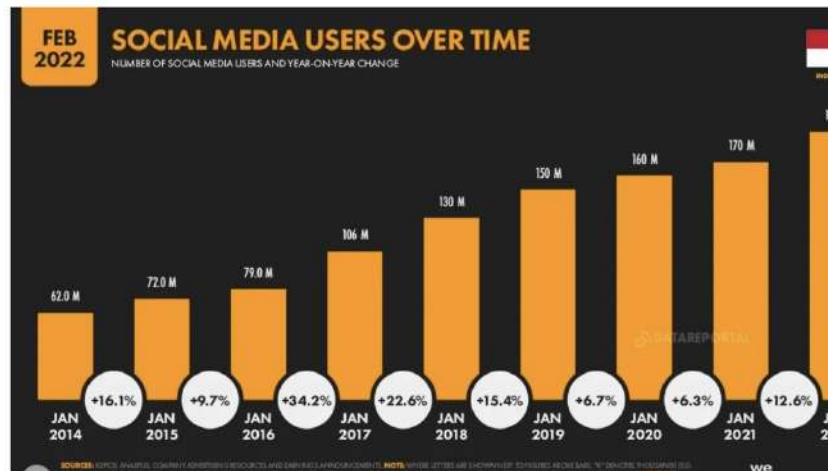
BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

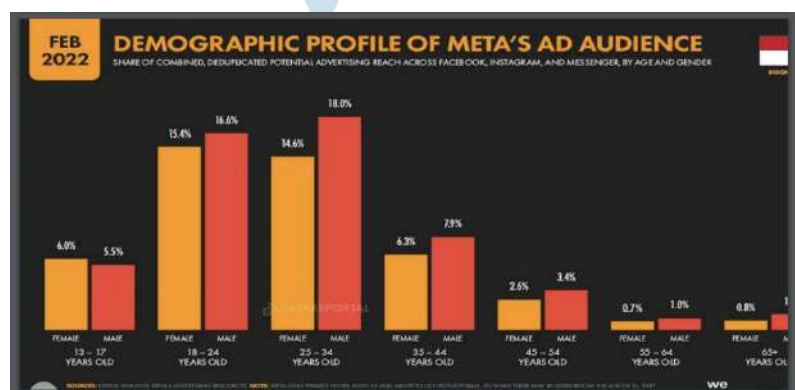
Menurut Hamzah, R. E. (2015). Kemunculan internet ini membuat kita terhubung ke sosial media. Internet merupakan sebuah alat yang ampuh untuk menyebarkan informasi atau pesan (Murti, D. C. W. (2013). Sosial media merupakan media yang dapat menghubungkan penggunanya untuk berinteraksi, berbagi informasi dan menjadi ruang untuk berdiskusi. Karena media sosial memiliki pengaruh besar dalam kehidupan seseorang dan memiliki kemampuan untuk merepresentasikan interaksi antara dua orang tanpa batas ruang dan waktu. Adanya media sosial membuat kinerja lebih cepat dan lebih akurat. Sehingga dapat meningkatkan produktivitas penggunanya..

Berdasarkan data yang diberikan oleh (*We Are Social*, 2022) menyebutkan bahwa Indonesia memiliki 6,3 persen pengguna aktif di media sosial dengan jumlah 191,4 juta orang. Jumlah ini meningkat 12,6% dari tahun 2021 dengan kenaikan lebih dari 21,4 Juta orang. Selain itu, data ini juga menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia menggunakan media sosial dengan durasi rata-ratanya selama 3 jam 14 menit.



Gambar 1.1. Kenaikan Jumlah Pengguna Sosial Media di Indonesia

Menurut *We are social*, (2022). Di Indonesia salah satu pengguna media sosial yang paling aktif kedua adalah masyarakat yang berumur 18 - 24. Dimana rentang umur 18 -24 tahun adalah usia rata-rata jenjang sarjana di perguruan tinggi yaitu mahasiswa. Keberadaan sosial media bagi mahasiswa merupakan salah satu yang terpenting dalam kehidupannya, khususnya di era canggih saat ini. Karena media sosial memiliki banyak fungsi seperti tempat pencarian informasi, berkomunikasi dengan teman atau keluarga, media hiburan, serta tempat untuk menghabiskan waktu luang.



Gambar 1.2. Umur Pengguna Media Sosial di Indonesia

Salah satu jenis media sosial yang paling populer adalah Twitter. Menurut data We Are Social for Digital Titles 2023, media sosial Twitter menempati urutan kelima dan menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh 60,2% penduduk Indonesia. (Saskia, 2023). (Saskia, 2023). Twitter merupakan situs jejaring online yang digunakan untuk berkomunikasi dalam pesan yang sangat singkat yang sering disebut sebagai "Kicauan". Media sosial ini didirikan pada tahun 2006 dan saat ini penggunanya mencapai 100 juta aktif setiap hari dan memiliki 500 juta postingan atau "tweet" yang dikirim setiap hari. (Aida, 2022). Twitter hadir dengan konsep yang berbeda dibanding platform sosial media lainnya dikarenakan penyebaran informasinya sangat singkat, padat, dan *real time* dengan kalimat yang berisi kurang dari 140 karakter. Selain itu, twitter juga hadir untuk memudahkan para penggunanya dalam berinteraksi satu dengan yang lain. Salah satu fiturnya terbaiknya adalah *top trending* yang digunakan untuk memudahkan para pengguna dalam mencari tren tentang apa yang sedang populer dan sering dibicarakan pada platform tersebut. (Bara, dkk. 2022).

Twitter bukan hanya berupa konten cuitan atau *tweet* pribadi sebagai media komunikasi untuk mendapatkan informasi, tetapi melalui *autobase* yang dapat diartikan sebagai akun yang memberikan wadah untuk mencari dan mendapatkan informasi serta dapat menciptakan sebuah diskusi di dalamnya. Topik yang dibicarakan dalam *autobase* biasanya memiliki latar

belakang yang sama dengan tujuan untuk menyatukan para penggunanya. Salah satu cara yang digunakan untuk menciptakan sebuah diskusi dalam akun autobase adalah dengan mengirimkan menfess dikirim secara anonim melalui *Direct Message*, yang kemudian akan dikirim oleh bot autobase. Untuk memposting menfess, followers akun harus diikuti terlebih dahulu oleh admin pemilik akun tersebut. Menurut Mulyana, (2018) menyatakan bahwa semakin sama latar belakang sosial budaya seseorang, semakin efektif komunikasi yang terjadi dengan harapan yang diinginkan, seperti saling bertukar informasi dan atau mencari informasi.

Salah satu akun Twitter yang memiliki sistem otomatis atau yang disebut autobase adalah akun @collegemenfess. Akun ini dibuat pada tahun 2018 dan saat ini memiliki 1,1 juta pengikut dan 1,8 juta tweets tentang topik dunia kuliah. Pengguna dapat menggunakan akun ini untuk bertukar informasi kuliah dan dapat mengirimkan pesan melalui fitur DM (*direct message*) untuk mencari informasi seperti tugas akhir, kehidupan perkuliahan, curhat, pengalaman dan lain sebagainya yang berhubungan dengan dunia perkuliahan.



Gambar 1.3 Variasi Tweet Akun @Collegemenfess

Dari gambar 1.3 terlihat bahwa akun Twitter @Collegemenfess aktif memposting tweet yang sangat bervariasi dimana isinya terdapat tweet perihal skripsi, jurnal ilmiah, curhatan perkuliahan dan lain sebagainya. Dengan adanya akun @Collegemenfess yang aktif memposting tweet seputar perkuliahan ini membuat pengguna terutama mahasiswa dapat mencari informasi yang diinginkan sesuai dengan apa yang saat ini menjadi permasalahan mereka. Akun ini juga sering memposting informasi seputar beasiswa yang dapat dijadikan kesempatan menarik bagi para pengguna yang memiliki keinginan untuk memperoleh pendidikan gratis baik di dalam maupun di luar negeri.



Gambar 1.4 Contoh Tweet akun @Collegemenfess

Gambar di atas menunjukkan bahwa akun @Collegemenfess bukan hanya bervariasi tetapi dari segi bahasa yang digunakan adalah bahasa sehari-hari, sehingga para pengguna yang membaca dapat memahami dengan baik dan tidak cenderung kaku. Bukan hanya itu, para pengguna juga dapat menambahkan gambar, video, *meme* perkuliahan. Alasan penambahan gambar dikarenakan Twitter hanya memiliki batasan karakter hanya 140 kata. Maka dari itu, pengguna menggunakan gambar yang berisi tulisan agar pesan yang akan disampaikan dapat diterima dengan baik dengan pembaca atau pengguna lainnya. Hal yang menarik dalam akun @collegemnfess adalah para pengguna juga diperbolehkan untuk

memposting tweet yang sesuai dengan keadaan atau situasi hati atau perasaan masing-masing, yang memiliki aturan tidak mengandung unsur SARA, kekerasan, dan pornografi. Hal tersebut membuat para pengguna dapat mengekspresikan sikap atau perasaan hatinya dengan sebebas-bebasnya.

Peran akun @Collegemnfess diibaratkan sebagai komunikator dan komunikan. Maka dari itu, pesan atau *tweet* yang disampaikan oleh penggunanya harus jelas agar follower akun tersebut dapat memahami pesan yang disampaikan dan dapat memberikan solusi atau menjawab pertanyaan atas permasalahan mereka. *Followers* pasti mencari tweet yang informasinya jelas dan akurat (bagi pemberi jawaban). Pada akun @collegemnfess hubungan dengan para followersnya juga terlihat sangat baik, dibuktikan dengan terlihatnya tukar pendapat atau aktif berinteraksi satu dengan yang lainnya. Dengan begitu, komunikasi yang tercipta juga berjalan dengan sangat baik. Akun ini juga sangat *update*, karena pengguna dapat mengirimkan menfess setiap 10 menit sekali. Sehingga pengguna tidak merasa khawatir tertinggal informasi. Menurut Murti, D. C. W, dkk. (2022). Adanya kemajuan teknologi informasi pada era saat ini mendorong semakin banyaknya inovasi- inovasi digitalisasi di berbagai sector terutama dalam bidang Pendidikan.

Informasi merupakan hal yang sangat penting bagi kebutuhan manusia khususnya mahasiswa yang sedang menimba ilmu agar meraih kesuksesannya. Tanpa informasi mahasiswa tidak dapat bertahan untuk

menyelesaikan masa belajarnya. Sumber informasi yang mereka butuhkan bukan hanya berasal dari buku di perpustakaan dan dosen di kampus, tetapi juga dapat berasal dari media sosial yang sering mereka gunakan. Seiring perkembangan zaman, kebutuhan akan sebuah informasi menjadi semakin besar. Kita perlu melakukan penyesuaian diri untuk dapat bertahan, termasuk dunia digital. Informasi saat ini sangat mudah diakses, kita hanya perlu memikirkan dan memilih sumber informasi yang sesuai dengan tujuan kita. Dengan begitu informasi yang ingin kita peroleh dapat tercapai dengan baik. Maka dari itu, peneliti menggunakan teori *uses and gratification* karena pada asumsinya para pengguna secara aktif mencari medianya untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana akun @collegemenfess menjadi ruang diskusi, bertukar informasi, dan curhat seputar perkuliahan bagi mahasiswa terkait permasalahan yang mereka hadapi dalam proses belajar. Mahasiswa membutuhkan tempat untuk mengekspresikan apa yang menjadi pertanyaan permasalahan mereka tanpa khawatir menunjukkan identitas pribadinya. Hal ini membuat pengguna atau mahasiswa lebih leluasa dan bebas menyampaikan permasalahannya.

Beberapa penelitian sebelumnya berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jkinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers” oleh Helen dan Farid Rusdi (2018). Akun @jkinfo merupakan akun Instagram yang berisi konten informasi seputar wilayah Jakarta. Akun ini memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mencari

informasi tentang peristiwa yang terjadi di Jakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan akun Instagram @jktinfo terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Hasil yang diperoleh adalah penggunaan akun media sosial Instagram @jktinfo merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya tentang wilayah Jakarta. (Helen & Rusdi, 2018)

Penelitian lain berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tugas Akhir (Survey *followers @TA_FEB*)” oleh Putra & Yoga Maulana Putra (2015). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh unsur penggunaan media sosial yaitu konteks, kolaborasi, dan koneksi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi penyelesaian tugas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden memberikan respon yang baik terhadap penggunaan media sosial Twitter @TA_FEB. Selain itu dijelaskan bahwa terdapat hubungan yang erat antara variabel kontekstual, kolaborasi dan koneksi untuk memenuhi kebutuhan informasi proyek akhir. (Putra & Harsono, 2015).

Kajian lain yang berkaitan dengan penelitian ini adalah “Pengaruh Akun Twitter @Collegemenfess Terhadap Pemenuhan Informasi Mahasiswa di Makassar” oleh Jafar, Hadawiah & Zelfia (2021). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial Twitter yaitu konteks, kolaborasi dan koneksi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi tugas akhir mahasiswa di Makassar. Hasil dari penelitian ini adalah Media sosial yang terdiri dari *context*, *collaboration*, dan *connection*

memiliki pengaruh terhadap kebutuhan informasi yang terdiri dari *current need approach*, *everyday need approach*, *exhaustic need approach* dan *catching-up need approach*. Dalam hal ini, akun Twitter @Collegemenfess cukup baik dalam penyampaian informasi perkuliahan dan skripsi. (Jafar, Hadawiah dan Zelfia, 2021).

Twitter memiliki banyak kemudahan dalam penggunaannya. Akun @collegemenfess terbukti memiliki banyak *followers* yang berjumlah 1.1 juta orang. Artinya pengguna mempercayai informasi yang dibagikan oleh akun tersebut. Alasan peneliti memilih akun twitter @collegemenfess, karena akun tersebut sangat familiar digunakan oleh kalangan mahasiswa. Pelajar tidak termasuk dalam akun ini, sehingga informasi mudah dipahami karena memiliki latar belakang pendidikan yang sama, baik mahasiswa negeri maupun swasta dapat berbagi informasi yang dibutuhkan oleh mereka saat ini. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti akun *twitter* @collegemenfess karena akun tersebut merupakan salah satu akun yang memiliki *followers* terbanyak dan terbesar di *twitter* sejak 2018. Fokus masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh intensitas mengakses akun Twitter @collegemenfess terhadap kebutuhan informasi kuliah bagi *followers* @collegemenfess. Diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan literasi dan pembelajaran positif serta memberikan kontribusi bagi peneliti selanjutnya dalam hal Perkembangan di bidang komunikasi dan informasi melalui jejaring sosial yang berkembang sangat pesat.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka permasalahan dari penelitian ini adalah bagaimana Pengaruh intensitas mengakses akun Twitter @Collegemenfess Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* Mengenai Perkuliahan.

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh intensitas mengakses akun twitter @collegemenfess terhadap pemenuhan informasi *followers* mengenai perkuliahan.

D. MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijelaskan oleh peneliti, maka manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Studi ini akan diharapkan dapat memberikan kontribusi pada bidang komunikasi, khususnya media dan pembelajaran digital, khususnya dalam penggunaan media sosial.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat menjadi acuan atau evaluasi terhadap pihak @collegemenfess serta menjadikan akun Twitter tersebut lebih informatif sebagai pemenuh informasi bagi mahasiswa.

E. KERANGKA TEORI

1. *Uses and Gratification Theory*

Teori ini dapat disebut sebagai salah satu teori komunikasi massa yang paling populer. Teori ini berpendapat bahwa audiens mencari, menggunakan, dan menanggapi konten media secara berbeda karena faktor sosial dan psikologis yang berbeda di antara individu. Teori ini juga menjelaskan kapan dan bagaimana individu sebagai konsumen media menjadi lebih atau kurang aktif dalam menggunakan media. Dalam teori ini, fokusnya adalah pada penggunaan dan kepuasan individu yang dianggap sebagai individu yang aktif dalam proses komunikasi. Penggunaan media didorong karena kebutuhan dan tujuannya masing-masing.

Blumer & Katz merupakan tokoh yang menemukan teori *uses and gratification* menjelaskan tentang asumsi dasar dari teori tersebut, yaitu (Ardianto, Komala, & Karlinah, 2017) :

1. *Audience* memiliki peran aktif, dapat diartikan sebagai *audience* merupakan bagian yang sangat penting dan memiliki sebuah tujuan dalam menggunakan media sosial.
2. *Audience* memiliki inisiatif yang tinggi untuk mencari cara memenuhi kebutuhan dengan pemilihan media yang tepat dalam proses komunikasinya.

3. Media massa harus bersaing dengan sumber lain untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Peran media adalah menemukan cara untuk memuaskan kebutuhan melalui penggunaan media yang tepat.
4. *Audience* memiliki tujuan yang didapat dari media.
5. Penilaian budaya dan citra sebuah media massa harus dikoreksi terlebih dahulu sebelum mengkaji orientasi khalayak. Teori penggunaan dan kepuasan adalah bahwa khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif tertentu. Media memiliki fungsi untuk memenuhi motif khalayaknya. Media yang dapat memenuhi motif khalayaknya adalah media yang aktif. (Kriyantono, 2009). Teori *uses and gratification* merupakan sebuah dasar dalam penelitian ini terkait penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

2. Media Sosial Twitter

Media sosial merupakan sebuah situs *online* yang memungkinkan penggunanya untuk berpartisipasi menciptakan dan berbagi isi seperti wiki, dunia virtual, dan blog. Definisi lain dari media sosial adalah situs online yang mendukung interaksi sosial dengan menggunakan teknologi web yang membuat komunikasi menjadi lebih interaktif. Atau, media sosial dapat didefinisikan sebagai alat komunikasi dan

kolaborasi baru yang memungkinkan interaksi. (Liedfray, dkk, (2022).

Dari beberapa definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial merupakan alat yang digunakan untuk berbagai kegiatan kolaboratif berupa kolaborasi dan pertukaran dalam bentuk visual, tulisan dan audiovisual. Terdapat pembagian dari sebuah media sosial menurut Nasrullah, (2015), yaitu:

1) *Blog*

Merupakan suatu bentuk dari media sosial yang membuat penggunanya dapat memposting aktivitas sehari-hari, mereka dapat berbagi dan mengomentari. Awal mula *blogging* dimulai dengan halaman pribadi yang berisi kumpulan halaman menarik dan dapat diperbarui setiap hari. Media sosial ini terbagi menjadi dua kategori yaitu personal dan kedua menggunakan fasilitas penyedia situs seperti wordpress atau blogspot.

2) *Networking*

Merupakan media yang paling populer. Media tersebut berfungsi sebagai sarana bagi penggunanya untuk melakukan interaksi atau hubungan sosial yang berlangsung di dunia maya. Karakteristik utama jejaring

sosial adalah setiap pengguna menjalin hubungan pertemanan, terlepas dari apakah mereka mengenal seseorang yang tidak mereka kenal atau sudah kenal. Kemungkinan mereka memutuskan bertemu di kehidupan nyata dan membentuk pertemanan baru. Misalnya Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn.

3) Wiki

Merupakan sebuah situs online yang isinya merupakan hasil dari para penggunanya. Cara kerjanya seperti sebuah kamus yang menghadirkan kepada pengguna atau pembaca sebuah pengertian dan sejarah mengenai satu kata. Dalam praktiknya untuk menghasilkan sebuah konten, para pengguna bekerja sama dari semua pengunjung untuk dapat menghasilkan sebuah informasi yang bermanfaat bagi para pembaca.

4) Media berbagi

Merupakan jenis media sosial yang menawarkan kepada penggunanya kemampuan untuk berbagi media seperti dokumen, audio, video, gambar, dll. Contoh media tersebut adalah Flickr dan Youtube.

Penelitian ini berfokus pada media sosial Twitter @collegemenfess. Seperti yang sudah dijelaskan, Twitter

merupakan salah satu bentuk network yang memiliki fokus untuk memberikan informasi melalui gambar atau tulisan melalui smartphone. Adanya Twitter ini dapat membantu penggunanya untuk dapat mudah untuk berkomunikasi atau menyebarkan sebuah informasi.

Media sosial *twitter* adalah sebuah jejaring sosial yang memberikan batasan kepada penggunanya untuk memposting sebuah tweet dengan batas 140 kata (Rezeki, 2020). *Twitter* memiliki beberapa fitur yaitu sebagai berikut: *Tweet*, fitur ini merupakan *main fitur* yang dapat mengirim serta melihat kicauan setiap penggunanya.

- 1) *Following*, adalah salah satu fitur utama untuk mengikuti teman, kerabat, atau sahabat di Twitter.
- 2) *Followers*, merupakan fitur yang digunakan untuk melihat siapa yang menjadi pengikut di Twitter. Fitur ini terletak pada *profil* anda.
- 3) *Profile*, adalah salah satu fitur yang penggunanya dapat melihat avatar, bio, dan informasi tentang penggunanya.
- 4) *Reply*, merupakan sebuah balasan dari tweet lain.
- 5) *Retweet*, merupakan fitur untuk menyebarkan ke jaringan yang lebih luas, dll.
- 6) *Hashtag*, merupakan sebuah fitur yang paling populer di twitter karena dapat melakukan pencarian yang

menunjukkan seluruh unggahan yang sedang dibicarakan oleh banyak pengguna twitter.

- 7) *Direct Message*, merupakan fitur pesan yang digunakan untuk saling berinteraksi secara pribadi satu dengan pribadi lainnya.

Twitter bukan hanya berupa konten cuitan atau *tweet* pribadi sebagai media komunikasi untuk mendapatkan informasi, tetapi juga melalui *autobase* yang dapat diartikan sebagai akun yang memberikan wadah untuk mencari dan mendapatkan informasi serta dapat menciptakan sebuah diskusi di dalamnya. Topik yang dibicarakan dalam *autobase* biasanya memiliki latar belakang yang sama dengan tujuan untuk menyatukan para penggunanya. Salah satu cara untuk membuat diskusi di akun *Autobase* adalah dengan mengirimkan pesan *Menfess* anonim melalui *Direct Message*, yang kemudian akan dikirimkan oleh bot *Autobase*. Untuk memposting *menfess*, *followers* akun harus mendapatkan *followback* terlebih dahulu dari pemilik atau administrator akun tersebut.

Pada era digital saat ini, media sosial telah menduduki posisi yang cukup penting bagi kehidupan sehari-hari masyarakat, khususnya mahasiswa. Media sosial menurut PJIUMA, (2021).

Twitter memiliki manfaat diantaranya:

- 1) Berbagi informasi dan pendapat, merupakan tempat di mana pengguna dapat mendapat dan berbagi informasi.

- 2) Komunikasi, adalah sarana komunikasi yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi satu sama lain. Twitter dapat menghubungkan pengguna dari berbagai belahan dunia kapan saja dan di mana saja.
- 3) Entertainment, merupakan tempat bagi pengguna untuk dapat menemukan tweet lucu dan menarik yang dapat menghibur mereka di waktu senggang.
- 4) Media bisnis, Twitter dapat digunakan sebagai media periklanan karena dapat menjangkau pengikut di mana saja dan kapan saja. Pengguna hanya perlu menulis tweet tentang bisnis mereka dan jika pengguna lain tertarik, mereka dapat memposting ulang informasi tersebut dan itu akan menjangkau lebih banyak orang.

3. Intensitas Akses Media Sosial Twitter

Menurut Nuryani, (2014). Intensitas berasal dari bahasa inggris "*intensity*" yang memiliki arti sebagai kekuatan, tingkah laku, yang digunakan untuk merangsang salah satu indera dai energi atau data indra. Definisi lainnya menyebutkan bahwa intensitas adalah suatu kegiatan, perilaku, atau aktivitas yang dilakukan secara berulang-ulang dan dorongan tersebut berasal dari diri sendiri (Reber, 2010). Definisi lain menyebutkan bahwa intensitas merupakan sebuah kekuatan yang memiliki hubungan dengan sikap atau pendapat seseorang. Kedua pengertian tersebut dapat

disimpulkan bahwa intensitas dapat disebut juga sebagai sebuah kekuatan dari seseorang yang dapat mempengaruhi dan atau mendukung aktivitasnya yang dilakukan secara berulang dan terus menerus dalam mendapatkan suatu dampak yang didapatkan dari media yang berupa informasi.

Intensitas mengakses media sosial adalah aktivitas individu yang menggunakan media sosial Twitter berdasarkan durasi waktu yang dihabiskan dan frekuensi, dari situlah terlihat sebuah tingkatan seberapa intens kekuatan kegiatan atau tingkah laku yang dilakukan individu. Pengukuran dapat dilihat dari intensitasnya yaitu dari durasi mengakses dan frekuensi. Terdapat beberapa aspek terkait intensitas dalam mengakses media yang perlu diperhatikan, (Ardianto, 2010).

1) Frekuensi

Frekuensi merupakan tingkatan seberapa sering individu dalam melakukan aktivitas dalam waktu tertentu. Semakin sering individu menggunakan media tersebut, semakin paham individu tersebut terhadap medianya. Pada penelitian ini ingin mengetahui seberapa seringnya seorang individu mengakses media sosialnya dalam kurun waktu tertentu.

2) Durasi

Durasi dapat didefinisikan sebagai seberapa lama individu dalam melakukan aktivitasnya. Lamanya waktu yang

digunakan individu dalam mengakses media. Dapat dilihat bahwa ketika individu menggunakan media atau menghabiskan waktunya untuk melakukan aktivitas maka individu tersebut memiliki motivasi tertentu untuk dirinya.

4. Kebutuhan Informasi

Menurut Damaiyanti & Fatmawati, (2015). Definisi kebutuhan informasi adalah suatu kondisi dimana informasi tertentu memiliki kontribusi yang besar dalam suatu pencapaian dimana seseorang harus membuat keputusan, menjawab pertanyaan, menempatkan fakta-fakta, dan memecahkan masalah atau seseorang dalam memahami sesuatu.

Menurut Kelly (2010). Informasi adalah data yang telah diolah menjadi bentuk yang berguna bagi penerimanya. Selanjutnya, informasi juga merupakan hasil dari data mentah yang diolah untuk memberikan hasil.. Informasi diperlukan karena tujuannya untuk menambah pengetahuan, memperoleh kepuasan dan mengubah sikap. Berdasarkan penjelasan di atas, dalam penelitian ini *followers @collegemenfess* mendapatkan sharing informasi seputar dunia kuliah yang sangat membantu dalam mencapai semua tujuannya.

Menurut Syafrifril (dalam Perdana, 2012) menyebutkan empat jenis kebutuhan terhadap informasi, yaitu:

- a. *Current need approach*, pendekatan ini harus melibatkan interaksi terus menerus antara pengguna dan sistem

informasi. Hal ini dapat dilihat dari seberapa sering pengguna mencari informasi.

- b. *Everyday need approach*, yaitu pendekatan yang dimaksud adalah cepat dan spesifik untuk kebutuhan pengguna. Informasi yang diminta oleh pengguna merupakan informasi rutin yang dicari oleh pengguna.
- c. *Exhaustic need approach*, pendekatan ini menanggapi kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam dan pengguna sangat bergantung pada informasi yang relevan, spesifik, dan komprehensif.
- d. *Catching-up need approach*, yaitu, pendekatan yang memberikan informasi ringkas dan komprehensif serta membangun hubungan yang berkelanjutan.

Kebutuhan informasi dimasukkan dalam bagian teori pada penelitian ini dengan tujuan sebagai fondasi bagi peneliti terkait pembahasan kebutuhan informasi, dimana kebutuhan akan informasi merupakan salah satu pokok yang dibutuhkan oleh manusia, khususnya bagi mahasiswa pada penelitian ini. Informasi merupakan salah satu kebutuhan manusia, maka dari itu audiens atau mahasiswa dalam hal ini menjadi aktif dalam menggunakan media sosial khususnya twitter untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam konteks pencarian informasi dalam bidang pendidikan.

F. KERANGKA KONSEP

Pada penelitian ini yang berjudul "Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Twitter @collegemenfess terhadap pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* Mengenai Perkuliahan" memiliki dua konsep yaitu intensitas mengakses akun twitter dan kebutuhan informasi. Intensitas mengakses twitter merupakan variabel bebas (X) yang mempengaruhi variabel terikat (Y) yaitu kebutuhan informasi. Berdasarkan penjelasan pada kerangka teori, kerangka konsep dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. Intensitas Mengakses Twitter

Intensitas mengakses twitter adalah aktivitas individu yang menggunakan media sosial Twitter berdasarkan durasi waktu yang dihabiskan dan frekuensi, dari situlah terlihat sebuah tingkatan seberapa intens kekuatan kegiatan atau tingkah laku yang dilakukan individu. Pengukuran dapat dilihat dari intensitasnya yaitu dari durasi mengakses dan frekuensi. Intensitas mengakses Twitter yang dimaksud dalam penelitian ini adalah intensitas mengakses akun twitter @collegemenfess. Terdapat beberapa aspek terkait intensitas dalam mengakses media yang perlu diperhatikan, (Ardianto, 2010).

1) Frekuensi

Frekuensi merupakan tingkatan seberapa sering individu dalam melakukan aktivitas dalam waktu tertentu. Semakin sering individu menggunakan media tersebut, semakin paham individu tersebut terhadap medianya. Pada poin ini

dapat dilihat dari seberapa seringnya follower mengakses akun twitter @collegemenfess dalam satu waktu.

2) Durasi

Durasi dapat didefinisikan sebagai seberapa lama individu dalam melakukan aktivitasnya. Lamanya waktu yang digunakan individu dalam mengakses media. Dapat dilihat bahwa ketika individu menggunakan media atau menghabiskan waktunya untuk melakukan aktivitas maka individu tersebut memiliki motivasi tertentu untuk dirinya. Pada poin ini dapat dilihat seberapa lama waktu yang dihabiskan *followers* untuk mengakses akun twitter @collegemenfess.

2. Kebutuhan Informasi

Menurut Damaiyanti & Fatmawati, (2015). Definisi kebutuhan informasi adalah suatu kondisi dimana informasi tertentu memiliki kontribusi yang besar dalam suatu pencapaian dimana seseorang harus membuat keputusan, menjawab pertanyaan, menempatkan fakta-fakta, dan memecahkan masalah atau seseorang dalam memahami sesuatu.

Perkembangan teknologi membuat banyak sekali perubahan bagi kehidupan manusia. Khususnya internet yang merupakan kebutuhan primer guna mendukung segala aktivitas manusia seperti berkomunikasi dan mendapatkan informasi yang diinginkannya.

Kemudahan tersebut dapat ditemukan dengan cara yang cepat dan dapat diakses dimanapun. Selain itu, internet juga menyediakan fasilitas atau wadah penyampaian informasi yang dilakukan secara digital. Salah satunya yang dibutuhkan oleh mahasiswa saat ini untuk mencari informasi seputar perkuliahan khususnya skripsi. Informasi tersebut dapat dicari melalui media sosial, informasi yang disampaikan sangat mudah dan cepat.

Menurut Kelly (2010). Informasi adalah data yang telah diolah menjadi bentuk yang berguna bagi penerimanya. Selanjutnya, informasi juga merupakan hasil dari data mentah yang diolah untuk memberikan hasil.. Informasi diperlukan karena tujuannya untuk menambah pengetahuan, memperoleh kepuasan dan mengubah sikap. Berdasarkan penjelasan di atas, dalam penelitian ini *followers @collegemenfess* mendapatkan sharing informasi seputar dunia kuliah yang sangat membantu dalam mencapai semua tujuannya.

Menurut Syafrifril (dalam Perdana, 2012) menyebutkan empat jenis kebutuhan terhadap informasi, yaitu:

1. *Current need approach*, pendekatan ini harus melibatkan interaksi terus menerus antara pengguna dan sistem informasi. Hal ini dapat dilihat dari seberapa sering pengguna mencari informasi. Pada poin ini dijelaskan bahwa *@collegemenfess* dengan penggunanya dapat memiliki

interaksi yang sifatnya konstan, sehingga penggunanya dapat merasa terpenuhi informasinya.

2. *Everyday need approach*, yaitu pendekatan yang dimaksud adalah cepat dan spesifik untuk kebutuhan pengguna. Informasi yang diminta oleh pengguna merupakan informasi rutin yang dicari oleh pengguna. Dijelaskan pada poin ini bahwa kebutuhan pengguna pada @collegemenfess sifatnya spesifik yaitu kebutuhan informasi seputar perkuliahan khususnya skripsi dan informasi yang didapatkan rutin.
3. *Exhaustic need approach*, pendekatan ini menanggapi kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam dan pengguna sangat bergantung pada informasi yang relevan, spesifik, dan komprehensif. Pada poin ini dijelaskan bahwa informasi yang dibutuhkan oleh pengguna @collegemenfess sifatnya mendalam dan pengguna menjadi ketergantungan terhadap akun tersebut dan mengharapkan informasi yang relevan dan lengkap.
4. *Catching-up need approach*, yaitu, pendekatan yang memberikan informasi ringkas dan komprehensif serta membangun hubungan yang berkelanjutan. Pada poin ini kita dapat mengetahui bahwa pengguna @collegemenfess merupakan pengguna yang haus akan informasi yang singkat dan lengkap dan sifatnya relevan.

Untuk mengetahui pengaruh intensitas mengakses akun twitter @collegemenfess terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai perkuliahan, peneliti melakukan pengukuran data dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden melalui media daring yaitu akun @collegemenfess dan *google form* dengan pertanyaan yang diajukan kepada *followers* @collgemenfess mengenai tanggapan terhadap dua dimensi mengakses media sosial yang dijelaskan oleh Ardianto yaitu frekuensi dan durasi, serta pertanyaan atau pernyataan yang diajukan kepada *followers* @collegemenfess mengenai tanggapan terhadap empat pendekatan menurut Syaffril (Perdana, 2012), yaitu *current need approach*, *everyday need approach*, *exhaustic need approach*, dan *catching-up need approach*.

G. DEFINISI OPERASIONAL

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu intensitas mengakses akun Twitter @collegemenfess sebagai variabel independen (X) dan kebutuhan informasi sebagai variabel dependen (Y).

Tabel 1. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Aspek	Indikator	Skala
Intensitas Akses Akun Twitter (X)	Frekuensi	1. <i>Followers</i> sering melihat postingan atau menfess pada akun Twitter @collegemenfess	Likert

		<p>2. <i>Followers</i> sering mencari informasi perkuliahan lewat akun twitter @collegemenfess</p> <p>3. <i>Followers</i> membaca postingan akun twitter @collegemenfess setiap hari.</p> <p>4. <i>Followers</i> melakukan pengecekan akun twitter @collegemenfess untuk melihat menfess terbaru tentang perkuliahan setiap hari.</p>	
	Durasi	<p>5. <i>Followers</i> mengakses akun twitter @collegemenfess lebih dari 10 menit.</p>	Likert
Variabel Y (Kebutuhan Informasi)	<i>Current need approach</i>	<p>6. <i>Followers</i> mendapatkan informasi perkuliahan terbaru dari akun twitter @collegemenfess.</p> <p>7. <i>Followers</i> mendapatkan informasi perkuliahan dengan mudah dari akun twitter @collegemenfess.</p> <p>8. <i>Followers</i> mendapatkan informasi yang diinginkan</p>	Likert

		dari akun twitter @collegemenfess.	
	<i>Everyday need approach</i>	<p>9. <i>Followers</i> mendapatkan informasi yang spesifik mengenai perkuliahan di akun twitter @collegemenfess.</p> <p>10. <i>Followers</i> mendapatkan informasi mengenai perkuliahan secara cepat di akun twitter @collegemenfess.</p>	Likert
	<i>Exhaustic need approach</i>	<p>11. <i>Followers</i> mendapatkan informasi perkuliahan yang lengkap di akun twitter @collegemenfess.</p> <p>12. <i>Followers</i> mendapatkan informasi perkuliahan yang relevan di akun twitter @collegemenfess.</p> <p>13. <i>Followers</i> mendapatkan informasi yang akurat mengenai perkuliahan di akun twitter @collegemenfess.</p> <p>14. <i>Followers</i> percaya dengan informasi mengenai</p>	Likert

		perkuliahan di akun twitter @collegemenfess.	
	<i>Catching-up need approach</i>	<p>15. <i>Followers</i> mendapat informasi mengenai perkuliahan secara ringkas di akun twitter @collegemenfess.</p> <p>16. <i>Followers</i> mendapat informasi yang jelas mengenai perkuliahan di akun twitter @collegemenfess.</p> <p>17. <i>Followers</i> mendapat tambahan wawasan atau pengetahuan terkait perkuliahan di akun twitter @collegemenfess.</p>	Likert

Dalam penelitian ini mengacu kepada beberapa penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan pengaruh penggunaan sosial media terhadap pemenuhan informasi, yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1.2 Penelitian Sebelumnya (dikelola oleh peneliti)

Peneliti	Judul	Hasil
Jafar, Hadawiah, & Zelfia (2021).	"Pengaruh Akun Twitter @Collegemenfess Terhadap Pemenuhan	Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa media

	Informasi Mahasiswa di Makassar"	sosial yang terdiri dari konteks, komunikasi, kolaborasi dan koneksi berada pada kategori "Baik" dengan nilai rata-rata 80% dan berdampak pada kebutuhan informasi yang berasal dari pendekatan kebutuhan saat ini dan kebutuhan sehari-hari terdiri dari pendekatan, pendekatan kebutuhan lengkap dan pendekatan kebutuhan untuk mengejar ketinggalan.
Putra & Yoga Maulana Putra (2015)	"Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tugas Akhir (Survei Terhadap <i>Followers</i> @TA_FEB)"	Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa responden memberikan respon yang baik terhadap penggunaan media sosial Twitter @TA_FEB. Responden dalam penelitian ini juga memberikan respon yang baik memenuhi kebutuhan informasi tugas akhir.

Helen dan farid Rusdi, (2018)	"Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jkinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers"	Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa penggunaan akun media sosial Instagram @jkinfo berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan. informasi followersnya.
----------------------------------	---	---

H. HIPOTESIS

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap suatu masalah yang masih bersifat dugaan karena belum dapat dibuktikan kebenarannya. Jawaban yang diklaim adalah kebenaran sementara, yang akan diuji oleh data yang dikumpulkan melalui penelitian.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H0: Semakin rendah pengaruh intensitas mengakses akun Twitter @collegemenfess semakin rendah pula pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai perkuliahan.

H1: Semakin tinggi pengaruh intensitas mengakses akun Twitter @collegemenfess semakin tinggi pula pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai perkuliahan.

I. METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif eksplanatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang mencoba membuat pengukuran yang tepat atas perilaku, pengetahuan, pendapat, atau sikap. Metode ini didefinisikan sebagai metode penelitian berdasarkan filosofi positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan menggunakan alat penelitian, menganalisis data data bersifat statistik kuantitatif untuk tujuan pengujian hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2010) .

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Skala ordinal adalah skala yang bertujuan untuk membedakan jenis-jenis variabel dengan asumsi bahwa ada urutan atau derajat skala.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei. Penelitian survei adalah metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh data mengenai keyakinan, pendapat, dan perilaku, karakteristik, hingga hubungan antara variabel dari sampel populasi terkait (Sugiyono, 2018. p 56-57). Penelitian survei akan mengukur nilai dari variabel melalui teknik pengumpulan data berupa pengamatan yang tidak mendalam dengan hasil penelitian yang cenderung generalisasi.

3. Subjek Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah *followers* akun Twitter @collegemenfess.

4. Objek Penelitian

Adapun objek penelitian dalam penelitian ini adalah Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Twitter @collegemenfess Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* Mengenai Perkuliahan.

5. Teknik Sampling

a. Populasi

Dalam penelitian ini populasinya adalah mahasiswa di Yogyakarta.

Menurut Razak, (2023). Populasi yang ada dalam penelitian ini adalah *followers* atau pengikut dari akun Twitter @collgemenfess.

Jumlah *followers* akun Twitter @collegemenfess yaitu 1.1 Juta pengikut, tercatat pada tanggal 23 Mei 2023.

b. Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan bagi setiap anggota populasi yang dipilih menjadi sampel. Teknik sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yang penentuan sampelnya berdasarkan pertimbangan peneliti. Kriteria pemilihan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Responden merupakan pengguna aktif media sosial twitter

- 2) Responden merupakan *followers* dari akun Twitter @collgemenfess.
- 3) Responden pernah berinteraksi pada akun Twitter @collgemenfess

Berdasarkan data populasi yang ada, maka untuk menghitung jumlah sampel peneliti menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya. Perhitungannya sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir yaitu sebesar 10% atau sebesar 0,1. Sehubungan dengan keterbatasan waktu dan biaya maka tingkat kesalahan ini dipilih. Dalam rumus Slovin, tingkat kesalahan 10% masih dapat digunakan.

$$\begin{aligned} n &= \frac{1.100.000}{1.100.000 (10\%^2) + 1} \\ &= 100 \end{aligned}$$

Data sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data dalam rangka penelitian berupa data yang objektif, maka metode penelitian pada hakikatnya diharapkan dapat menjadi alat yang efektif dan efisien dalam menunjang pembahasan yang akan dilakukan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, menggunakan Google form. Metode pengumpulan data adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang memungkinkan peneliti mempelajari sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik orang-orang kunci dalam suatu organisasi, yang mungkin dipengaruhi oleh sistem yang diusulkan atau sistem yang ada.

b. Data Sekunder

Metode ini merupakan cara pengumpulan data dari sumber informasi berupa bahan-bahan tertulis atau tercetak, yang dianggap relevan dan dapat mendukung penelitian ini, misalnya berupa buku-buku terkait pemenuhan informasi dan media sosial, atau sumber lainnya.

5. Teknik Pengukuran Data

Skala merupakan pengukuran yang digunakan dalam sebuah penelitian setelah sudah menetapkan konsep atau variabel dari objek penelitian, nantinya melalui pengukuran tersebut mampu mengidentifikasi konsep atau variabel dengan besaran nilai kuantitatif (Situmorang & Lufti, 2014, h. 4). Dengan pengukuran inilah nantinya konsep atau variabel-variabel tersebut dapat dihubungkan dalam hubungan kesejajaran ataupun hubungan sebab-akibat. Terdapat beberapa jenis skala yaitu, skala nominal, ordinal, interval dan radio.

Pada penelitian ini nantinya akan berfokus menggunakan skala ordinal, yang mana skala ini membantu peneliti untuk bisa mengurutkan responden yang didapatkan dari “tingkat yang paling rendah” ke tingkat yang “paling tinggi”, nantinya data-data yang didapatkan bisa dibagi dalam berbagai kelompok dan memberikan peringkat antar kelompok, urutan peringkat yang digunakan dari jenjang yang lebih tinggi ke rendah. Pengukuran data pada penelitian ini menggunakan metode skala Likert lima poin dalam mengukur variabel yang diteliti. Pemberian bobot untuk kuesioner dapat dijabarkan sebagai berikut :

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2

Sangat Tidak Setuju (STS)	1
---------------------------	---

6. Teknik Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas

Merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat validitas atau legitimasi suatu instrumen. Suatu instrumen dapat dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat mengukur apa yang kita ukur. Dengan demikian instrumen dapat menangkap data untuk mengungkapkan tujuan penelitian. Untuk mengetahui valid tidaknya kuesioner yang disusun perlu dilakukan pengujian dengan uji korelasi antara skor (nilai) setiap item pertanyaan dengan skor total kuesioner tersebut.

Untuk menguji validitas instrumen dalam penelitian ini peneliti menggunakan validitas konstruk yaitu menyusun instrumen berdasarkan indikator dari kedua variabel yang akan dit

$$r_{xy} = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n(\sum x_i^2) - (\sum x_i)^2)(n(\sum y_i^2) - (\sum y_i)^2)}}$$

eliti.

Keterangan:

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu instrumen penelitian yang dilakukan dengan cara membandingkan koefisien korelasi dari r tabel *product moment*.

r_{xy} = koefisien korelasi *Product Moment*
 n = jumlah responden
 x_i = skor setiap item pada percobaan pertama

Oleh karena itu dapat dinyatakan signifikan apabila r hitung lebih besar dari r tabel yang ditunjukkan lewat r tabel *product moment*.

Peneliti telah melakukan uji validitas dengan menyebarkan kuesioner, kuesioner disebarakan kepada 72 responden. Melihat nilai r tabel dengan jumlah 72 responden sebesar 0,297 dengan signifikansi 5%. Sehingga kuesioner penelitian ini dapat dikatakan valid jika r hitung lebih dari 0,297.

Berdasarkan pada tabel dibawah ini, dapat dinyatakan bahwa seluruh instrumen pertanyaan pada variabel intensitas akses akun twitter dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian oleh peneliti.

Instrumen	Intensitas Akses Twitter	Keterangan
1	0,659	VALID
2	0,742	VALID
3	0,632	VALID
4	0,735	VALID
5	0,487	VALID

**Tabel. 1.3. Hasil Uji Validitas Variabel Intensitas Akses
Twitter**

Sumber: diolah oleh peneliti

Berdasarkan pada tabel di bawah ini, dapat dinyatakan bahwa seluruh instrumen pertanyaan pada variabel kebutuhan

informasi dinyatakan valid dan dapat digunakan oleh peneliti sebagai instrumen penelitian.

Instrumen	Kebutuhan Informasi	Keterangan
1	0,435	VALID
2	0,419	VALID
3	0,397	VALID
4	0,575	VALID
5	0,487	VALID
6	0,501	VALID
7	0,474	VALID
8	0,620	VALID
9	0,522	VALID
10	0,520	VALID
11	0,454	VALID
12	0,444	VALID

Tabel 1.4. Hasil Uji Validitas Variabel Kebutuhan Informasi

Sumber: diolah oleh peneliti

b. Uji Reliabilitas

Ini merupakan indikasi konsistensi dan stabilitas nilai skala pengukuran yang diberikan dan fokus reliabilitas pada masalah akurasi dan hasil pengukuran. Juga menurut Kriyantono (2010). Reliabilitas adalah suatu alat ukur yang dapat diandalkan apabila hasil pengukuran relatif konsisten, baik alat ukur tersebut digunakan berulang kali oleh peneliti yang sama maupun oleh peneliti yang berbeda. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengujian dengan menggunakan teknik test-and-retest atau teknik post-measurement.

Pencarian dianggap dapat dipercaya jika memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Sedangkan penelitian tidak dapat dipercaya jika pengukuran berulang menghasilkan hasil yang berbeda. Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empiris ditunjukkan dengan angka yang disebut

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

Keterangan:

r_i = Koefisien reliabilitas Alfa Cronbach

k = Jumlah item soal

$\sum s_i^2$ = Jumlah varians skor tiap item

s_t^2 = Varian total

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dari variabel intensitas akses twitter, pada tabel 1.5 dapat diperoleh nilai Alpha Cronbach sebesar 0,656. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pertanyaan dari variabel intensitas akses Twitter dapat dinyatakan reliabel. Hal ini dikarenakan nilai Alpha Cronbach $0,656 > 0,60$ (Ghozali, 2011).

Nilai Alpha Cronbach	Jumlah Pertanyaan
0,656	5

**Tabel 1.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Intensitas Akses
Twitter**

Sumber: diolah oleh peneliti

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dari variabel kebutuhan informasi, pada tabel 1.6 dapat diperoleh nilai Alpha Cronbach sebesar 0,701. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pertanyaan dari variabel kebutuhan informasi dapat dinyatakan reliabel. Hal ini dikarenakan nilai Alpha Cronbach $0,701 > 0,60$ (Ghozali, 2011).

Nilai Alpha Cronbach	Jumlah Pertanyaan
0,701	12

Tabel 1.6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kebutuhan Informasi

Sumber: diolah oleh peneliti

7. Teknik Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis data ini dilakukan pada saat setelah peneliti sudah mengumpulkan data yang diperlukan dan dalam menganalisis data peneliti akan melakukan beberapa proses. Dalam penelitian ini nantinya menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk menganalisis data yang sudah didapatkan.

Pada regresi linier sederhana digunakan untuk menjelaskan mengenai hubungan antara dua variabel yang ditunjukkan melalui suatu garis regresi, secara teknisnya regresi linier sederhana sebagai pengukur hubungan untuk menganalisis rata-rata respons dari variabel Y yang berhubungan dengan besarnya intervening dari variabel X, dalam regresi linier variabel Y diartikan sebagai variabel respons atau variabel output dan

variabel X diartikan sebagai variabel predictor atau variabel bebas yang digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel Y (Kurniawan & Yuniarto, 2016, h.64) .

Maka melalui analisis regresi linier sederhana ini, peneliti ingin mengetahui pengaruh dari variabel X Independen terhadap variabel Y dependent, adapun variabel X yang dimaksud pada penelitian ini adalah Intensitas Mengakses Akun Twitter @collegemenfess dan variabel Y dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* Mengenai Perkuliahan.

