

HUBUNGAN KUALITAS INFORMASI AKUN INSTAGRAM @COFFEEINESEEKER DENGAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS

Reza Eka Puspita*, Edwin Rizal, Rully Khairul Anwar
Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi UNPAD
*Email: reza16004@mail.unpad.ac.id

Naskah diterima: tgl-bln-thn, direvisi: tgl-bln-thn, disetujui: tgl-bln-thn

ABSTRACT

This study discusses the relationship between information quality on the @coffeeineseeker Instagram account and the fulfillment of followers' information needs. the purpose of this study is to determine whether there is a relationship between the quality of information on the @coffeeineseeker Instagram account and the fulfillment of followers' information needs. measurement of information quality using information quality theory according to McLeod and Schell which consists of relevant, accuracy, timeliness, and completeness of information. The method used in this research is a quantitative method with a correlational approach. The sample used was 100 respondents selected using probability sampling with simple random sampling technique. Data collection techniques through online questionnaires, observations, interviews, and literature studies. This study uses the spearman rank correlation test technique. The results showed that there is a relationship between the information quality of the @coffeeineseeker Instagram account and the fulfillment of followers' information needs. There is a relationship between relevance, accuracy, timeliness, and completeness of information with followers' information needs. This means that the information provided by the @coffeeineseeker Instagram account meets the information quality indicators, so that it can fulfill followers' information needs about café references.

Keywords: *Information Quality, Instagram, Information Needs*

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai hubungan kualitas informasi pada akun instagram @coffeeinseeker dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kualitas informasi pada akun instagram @coffeeinseeker dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Pengukuran kualitas informasi menggunakan teori kualitas informasi menurut McLeod dan Schell yang terdiri dari relevan, keakuratan, ketepatan waktu, dan kelengkapan informasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data melalui angket *online*, observasi, wawancara, dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan teknik uji korelasi *rank spearman*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas informasi akun instagram @coffeeinseeker dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Terdapat hubungan antara relevansi, keakuratan, ketepatan waktu, dan kelengkapan informasi dengan kebutuhan informasi *followers*. Artinya, informasi yang diberikan oleh akun instagram @coffeeinseeker memenuhi indikator kualitas informasi, sehingga dapat memenuhi kebutuhan informasi *followers* seputar referensi café.

Kata kunci: Kualitas Informasi, Instagram, Kebutuhan Informasi

1. PENDAHULUAN

Informasi telah menjadi bagian yang penting dalam kehidupan manusia. Pentingnya informasi bagi kehidupan manusia yaitu untuk menambah wawasan, mengurangi ketidakpastian, serta menjadi dasar pengambilan keputusan. Untuk memenuhi hal tersebut, informasi yang didapat harus berkualitas seperti dari sumber yang terpercaya dan dapat dipastikan kebenarannya, karena informasi yang berkualitas akan membawa manfaat dan hal yang positif bagi para penggunanya. Ong *et.al* (2009) mendefinisikan kualitas informasi sebagai pengukuran kualitas konten atas suatu sistem informasi.

Di era teknologi seperti saat ini, tidak sulit untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Sebagai hasil dari perkembangan teknologi,

media sosial menjadi salah satu sumber informasi terkini yang sering dan mudah digunakan. Media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang awam (Brogan 2010). Dari beberapa media sosial yang sering digunakan di Indonesia, Instagram menjadi salah satu media sosial berbasis fotografi yang memberikan layanan kepada penggunanya untuk dapat berbagi foto dan video. NapoleonCat (2023) sebagai lembaga survey media sosial, merilis hasil bahwa pengguna instagram di Indonesia mencapai 94.541.900 pengguna.

Banyaknya pengguna Instagram di Indonesia, membuktikan bahwa instagram menjadi media sosial yang populer dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan penggunanya. Tidak hanya untuk personal, namun instagram juga dapat digunakan sebagai media sosial untuk berbagai bidang bisnis atau usaha seperti salah satunya di bidang usaha kuliner. Hal ini merupakan suatu keuntungan untuk pelaku usaha kuliner agar usahanya dapat dikenal lebih luas lagi dan dapat menambah konsumen lewat media sosial. Namun, untuk menjaring konsumen lebih luas lagi, tidak hanya mengandalkan produk yang akan dipasarkan saja, perlu strategi untuk mempromosikan produk yang ditawarkan.

Promosi dilakukan sebagai bentuk pengembangan bisnis dan juga untuk memberikan informasi produk kepada masyarakat. Untuk menjembatani antara pelaku usaha dengan konsumen, saat ini sedang populer akun instagram yang menghimpun informasi berdasarkan kategori yang dibutuhkan, atau yang biasa disebut dengan akun referensi atau rekomendasi. Kehadiran akun referensi ini dapat memudahkan calon konsumen untuk mendapatkan informasi secara cepat dan akurat. Hal ini menjadi pendorong hadirnya akun instagram yang khusus menghimpun informasi seputar referensi kedai kopi atau yang biasa disebut dengan *coffee shop/café*. Salah satunya adalah akun instagram @Coffeineseeker yang menghimpun informasi mengenai referensi *café* di Kota Bandung.

Akun instagram @coffeineseeker memuat informasi seputar *café* mulai dari suasana dan fasilitas *café*, hingga foto produk. Selain itu, juga

dilengkapi dengan deskripsi singkat di bagian *caption* berupa informasi mengenai produk serta ulasan terhadap sebuah café, sehingga pengguna instagram dapat melihat berbagai informasi referensi café secara padat dan lengkap. Dengan kehadiran akun instagram @coffeeinseeker, para pelaku usaha café dapat mempromosikan usaha mereka tepat sasaran yaitu untuk para pecinta kopi dan pengguna instagram dapat mengetahui berbagai referensi café di Kota Bandung serta memenuhi gaya hidup kekinian untuk mengunjungi sebuah café.

Menjamurnya keberadaan café saat ini adalah karena adanya peningkatan konsumsi kopi dan budaya “nongkrong” yang menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat masa kini. Menurut Haryanto (2008), berbagai pilihan yang ditawarkan oleh tempat ngopi, menjadikan seseorang memiliki beragam pilihan gaya hidup baru yang lebih cair, dan disadari atau tidak menjadi bagian dari kehidupan mereka. Sehingga, kecenderungan untuk terikat pada kegiatan ini cukup tinggi.

Bagi generasi sekarang, kebutuhan pergi ke café berbeda dengan kebutuhan seseorang yang pada umumnya untuk menikmati secangkir kopi sembari mengerjakan pekerjaan, atau bertemu rekan bisnis, tetapi pergi ke café seperti budaya tersendiri yang tidak hanya sekedar membeli produknya, juga membeli nilai prestise dari sebuah kepopuleran budaya mengunjungi café. Saat ini, café sebagai tempat ketiga memiliki posisi tersendiri yaitu menjadi alternatif tempat singgah dan memberikan suasana yang baru. Tidak semua orang memiliki preferensi yang sama untuk mengunjungi sebuah café. Untuk itu, akun instagram @coffeeinseeker membagikan berbagai referensi café agar dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi para pecinta kopi dan yang sedang mencari café.

Sebagai akun yang aktivitas utamanya memberikan informasi, akun instagram @coffeeinseeker harus memiliki informasi yang berkualitas, agar informasi yang dibagikan dapat bermanfaat serta dapat memenuhi kebutuhan informasi khususnya bagi para *followers*. Terdapat beberapa faktor yang dapat menentukan kualitas dari sebuah informasi. Seperti yang dikemukakan oleh McLeod dan Schell (2007), kualitas informasi bergantung pada kerelevanan,

keakuratan, ketepatan waktu, dan kelengkapan. Dalam rangka memenuhi kebutuhan informasi, akun instagram @coffeeineseeker secara berkala mengunggah informasi referensi café. Sebelum mengunggah informasi tersebut, akun instagram @coffeeineseeker melakukan riset terlebih dahulu, agar informasi yang disajikan memiliki kualitas dan tidak menimbulkan misinformasi kepada para pengguna instagram khususnya para *followers*.

Penelitian mengenai kualitas informasi, sebelumnya sudah pernah diteliti salah satunya oleh Nurhaditio (2023), mengenai pengaruh terpaan dan kualitas informasi pada akun instagram @animolife terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari terpaan dan kualitas informasi media sosial akun instagram @animolife terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Said dan Anne (2021), mengenai hubungan kualitas informasi tentang covid-19 dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kualitas informasi tentang covid-19 dengan pemenuhan kebutuhan informasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, terletak pada objek penelitian yaitu akun instagram @coffeeineseeker.

Hal ini membuat penulis tertarik untuk meneliti mengenai kualitas informasi pada akun instagram @coffeeineseeker, karena akun instagram @coffeeineseeker membagikan informasi seputar referensi café yang sekaligus menjadi jembatan informasi bagi para pengguna informasi lewat media sosial instagram. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis tertarik untuk meneliti hubungan kualitas informasi pada akun Instagram @coffeeineseeker dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Informasi

Informasi saat ini menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Informasi dibutuhkan untuk menambah pengetahuan serta untuk mengurangi ketidakpastian dalam proses pengambilan keputusan.

Pengertian bahwa informasi digunakan dalam proses pengambilan keputusan dikemukakan juga oleh Sutabri (2012), yang menyatakan bahwa informasi adalah data yang telah diklasifikasikan atau diolah atau diinterpretasi untuk digunakan dalam pengambilan keputusan. Informasi merupakan ide, fakta, karya imajinatif pikiran, dan data yang berpotensi untuk mengambil keputusan, pemecahan masalah serta jawaban atas pertanyaan yang dapat mengurangi ketidakpastian (Kaniki 1992).

Menurut Suwarno (2010), informasi merupakan konten dari berbagai format, misalnya informasi yang tertulis atau tercetak, tersimpan di database atau terkumpul dalam internet. Adapun pengertian lain yang dikemukakan oleh McLeod (2004), informasi adalah data yang telah diproses atau diolah ke dalam bentuk yang berarti untuk penerimanya. Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa informasi merupakan data yang sudah diolah sedemikian rupa menjadi bentuk yang bermakna bagi penggunaannya dan dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan.

2.2. Kualitas Informasi

Pada era digital seperti saat ini, informasi yang terus bertambah setiap waktunya, juga harus diiringi dengan kualitas informasi. Hal tersebut penting mengingat informasi dapat menjadi dasar dari pengambilan sebuah keputusan. Menurut Romney dan Stanbert (2014), kualitas informasi merujuk pada informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi. Kualitas informasi merupakan tingkatan dimana informasi memiliki karakteristik isi, bentuk, serta waktu yang memberikan nilai untuk para pengguna akhir tertentu (O'Brien 2005).

McLeod dan Schell (2007) menyatakan bahwa informasi yang berkualitas apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Relevan

Informasi dapat dikatakan relevan apabila informasi yang diberikan dapat memberikan manfaat dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pengguna, karena relevansi informasi bagi setiap orang dapat berbeda-beda.

2. Keakuratan

Akurat artinya informasi yang disajikan harus mencerminkan keadaan sebenarnya dan bebas dari kesalahan agar tidak menyesatkan. Informasi yang tersedia harus akurat dari sumber informasi hingga sampai ke penerima informasi, karena dalam prosesnya dapat terjadi gangguan (*noise*) sehingga merusak atau mengubah informasi tersebut.

3. Tepat Waktu

Informasi ketika dibutuhkan harus tepat waktu dan tidak boleh terlambat, karena informasi yang sudah usang tidak akan memiliki nilai guna. Keterlambatan informasi ini dapat berakibat fatal, karena informasi merupakan landasan dari pengambilan keputusan.

4. Lengkap

Informasi dikatakan lengkap apabila informasi yang disajikan detail dan dapat memenuhi kebutuhan informasi yang diinginkan pengguna. Kelengkapan informasi ini akan memberikan informasi yang jelas kepada penggunanya.

2.3. Kebutuhan Informasi

Kebutuhan dalam kehidupan manusia merupakan segala sesuatu yang diperlukan baik berupa barang dan jasa yang harus dipenuhi. Kebutuhan ada ketika seseorang merasa kekurangan atau tidak memiliki suatu hal yang akan membuatnya merasa puas. Dari banyaknya kebutuhan manusia, kebutuhan akan informasi merupakan kebutuhan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari – hari. Menurut Belkin dalam Yusup (2009), kebutuhan informasi terjadi karena keadaan tidak menentu yang timbul karena adanya kesenjangan dalam diri manusia antara pengetahuan yang dimiliki dengan yang dibutuhkan.

Yusup (2009), menyatakan bahwa kebutuhan informasi pengguna antara satu dengan yang lainnya berbeda dalam memenuhi kebutuhan informasi pengguna dapat berorientasi pada masalah yang dihadapi. Dapat dikatakan bahwa kebutuhan informasi tidak dapat disamaratakan

kebutuhannya, karena setiap individu memiliki kebutuhan informasi yang berbeda – beda bergantung pada situasi dan kondisi yang dihadapi. Katz, Gurevitch dan Haas yang dikutip oleh Tan dalam Yusup (1995) mengidentifikasi lima aspek kebutuhan sebagai berikut:

a. Kebutuhan kognitif (*cognitive needs*)

Kebutuhan kognitif merupakan kebutuhan yang berhubungan dengan kebutuhan untuk menambah dan memperkuat informasi, pengetahuan serta pemahaman seseorang mengenai lingkungannya. Kebutuhan ini didasari oleh hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan.

b. Kebutuhan afektif (*affective needs*)

Kebutuhan afektif berkaitan dengan penguatan estetis, yaitu informasi mengenai hal yang dapat menyenangkan dan pengalaman-pengalaman secara emosional.

c. Kebutuhan integrasi personal (*personal integrative needs*)

Kebutuhan integrasi personal berkaitan dengan informasi untuk penguatan kredibilitas, stabilitas, status individu, serta kepercayaan. Kebutuhan ini ada karena hasrat untuk mencari harga diri.

d. Kebutuhan integrasi sosial (*social integrative needs*)

Kebutuhan integrasi sosial dikaitkan dengan penguatan hubungan seseorang dengan teman, keluarga, maupun orang lain. kebutuhan ini timbul karena adanya keinginan untuk bergabung dengan orang lain.

e. Kebutuhan berkhayal (*escapist needs*)

Kebutuhan berkhayal adalah kebutuhan yang berkaitan dengan kebutuhan untuk melepaskan ketegangan, melarikan diri, dan hasrat untuk mencari pengalihan serta hiburan.

3. METODE

Penelitian ini menggunakan studi kuantitatif dengan metode korelasional. Metode korelasional digunakan dalam penelitian ini untuk melihat keterkaitan antara variabel yang satu dengan yang lain. Menurut Rakhmat (2012), metode korelasional merupakan kelanjutan dari metode deskriptif,

dimana peneliti menghimpun data, menyusun secara sistematis, faktual, dan cermat lalu kemudian menjelaskan hubungan antara dua variabel, menguji hipotesis, dan melakukan prediksi. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah *followers* akun Instagram @coffeeinseeker yang berjumlah 15.500 terhitung sejak 1 Januari 2023. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik *probability sampling* dengan metode sampel acak sederhana (*simple random sampling*). Untuk menentukan jumlah sampling digunakanlah rumus Taro Yamane dalam Rakhmat (2012) dengan tingkat kesalahan 10% maka didapatkan sampel sebanyak 100 responden dari 100 *followers* akun Instagram @coffeeinseeker.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dalam berbagai cara seperti melalui kuesioner, studi kepustakaan, serta observasi. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden (Arikunto 2010). Kuesioner yang disebarakan kepada responden adalah kuesioner *online* menggunakan *Google form*. Teknik pengumpulan data dengan studi kepustakaan, menghimpun informasi dari berbagai sumber literatur seperti buku, skripsi, artikel, jurnal, dan berbagai sumber lainnya yang berkaitan dengan topik yang diteliti. Dalam penelitian ini, penulis juga melakukan kegiatan observasi. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung perilaku maupun aktivitas dalam beberapa waktu di laman akun Instagram @coffeeinseeker.

Pada penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis data inferensial. Analisis data deskriptif digunakan dalam penelitian untuk mendeskripsikan atau menjelaskan hasil dari kuesioner yang telah disebarakan kepada responden. Analisis inferensial, untuk menguji hipotesis serta korelasi. Analisis inferensial yang digunakan adalah analisis korelasional *Rank Spearman* untuk mencari hubungan atau menguji signifikan hipotesis antar variabel yang berbentuk data ordinal menggunakan *SPSS 25*. Harga koefisien korelasi berada pada rentang -1 r 1 yang dimana r merupakan koefisien korelasi. pada rentang tersebut, diartikan sebagai $r = -1$ menandakan korelasinya negatif sempurna, $r = 0$ menandakan tidak ada korelasi, serta jika $r = 1$ artinya korelasinya sangat kuat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Akun instagram @coffeineseeker merupakan media sosial yang khusus membagikan informasi seputar referensi café. Untuk itu, akun instagram @coffeineseeker harus memiliki informasi yang berkualitas agar bermanfaat bagi para penggunanya khususnya untuk memenuhi kebutuhan informasi. Pada penelitian ini, terdapat dua variabel yaitu kualitas informasi akun Instagram @coffeineseeker sebagai variabel independen (X) dan kebutuhan informasi *followers* sebagai variabel dependen (Y). Dari hasil analisis data penelitian diketahui hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hubungan antara Kualitas Informasi Akun Instagram @ Coffeineseeker dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers

Correlation				
			Kualitas Informasi	Pemenuhan Kebutuhan Informasi
Spearman's rho	Kualitas Informasi	Correlation Coefficient	1.000	.836**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	Pemenuhan Kebutuhan Informasi	Correlation Coefficient	.836**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil penelitian, 2023

Berdasarkan hasil uji korelasi di atas, menunjukkan bahwa antara variabel utama yaitu Hubungan Kualitas Informasi akun instagram @ coffeineseeker (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* (Y) menggunakan korelasi *Spearman's rho* dengan hasil sebesar 0,836. Hal tersebut menunjukkan bahwa keeratan korelasi antara variabel tersebut masuk ke dalam kategori sangat kuat. Selain itu, koefisien korelasi menunjukkan hubungan yang bersifat positif. Nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel

kualitas informasi akun instagram @coffeineseeker dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* sebesar $0.000 < 0.05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga, dapat dikatakan bahwa kualitas informasi akun instagram @coffeineseeker memiliki hubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Dari hasil data tersebut, dapat diketahui gambaran bagaimana kualitas informasi berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Hal itu juga menunjukkan bahwa informasi yang diberikan oleh akun instagram @coffeineseeker memiliki kualitas dan mampu untuk memenuhi kebutuhan informasi *followers*. Negash (2003), bahwa kualitas informasi adalah sebuah fungsi yang berhubungan dengan nilai dari keluaran informasi yang dihasilkan. Informasi yang dihasilkan atau dikeluarkan oleh sebuah sumber informasi, akan membawa respon dari pengguna yang melihat informasi, apakah informasi tersebut memenuhi indikator sebuah kualitas informasi atau tidak. Dalam penelitian ini, informasi yang disajikan akun instagram @coffeineseeker, memiliki nilai guna bagi para *followers*, karena akun ini memberikan informasi yang dibutuhkan seputar referensi café. Artinya, akun instagram @coffeineseeker memberikan informasi yang berkualitas yang nantinya akan memenuhi kebutuhan informasi seputar referensi café. Menurut Katz, Gurevitch dan Haas yang dikutip oleh Tan dalam Yusup (1995) kebutuhan informasi terdiri dari kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial, dan kebutuhan berkhayal.

Tabel 2. Hubungan antara Relevansi Informasi Akun Instagram @ Coffeineseeker dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers

Correlation				
			Relevansi Informasi	Pemenuhan Kebutuhan Informasi
Spearman's rho	Relevansi Informasi	Correlation Coefficient	1.000	.759**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	Pemenuhan Kebutuhan Informasi	Correlation Coefficient	.759**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil penelitian, 2023

Berdasarkan hasil uji korelasi di atas, menunjukkan bahwa antara sub variabel yaitu Relevansi Informasi akun instagram @coffeineseeker (X1) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* (Y) menggunakan korelasi *Spearman's rho* dengan hasil sebesar 0,759. Hal tersebut menunjukkan bahwa keeratan korelasi antara variabel tersebut masuk ke dalam kategori kuat. Selain itu, koefisien korelasi menunjukkan hubungan yang bersifat positif. Nilai signifikansi (Sig.) untuk subvariabel relevansi informasi akun instagram @coffeineseeker dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* sebesar $0.000 < 0.05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga, dapat dikatakan bahwa relevansi informasi akun instagram @coffeineseeker memiliki hubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Dari hasil data tersebut, dapat diketahui gambaran bagaimana kualitas informasi berdasarkan relevansi informasi berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Akun instagram @coffeineseeker sebagai akun yang membagikan sebuah informasi, sudah seharusnya mengetahui sasaran pengguna informasi dan pengemasan informasi agar dapat bermanfaat bagi pengguna. Seperti yang dikemukakan oleh Mcleod dan Schell (2007), bahwa

salah satu indikator dari kualitas informasi yaitu relevan. Relevansi informasi merupakan bagian dari kualitas informasi yang berkaitan dengan manfaat dari informasi serta informasi yang dibagikan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, pastinya akan membawa manfaat yang salah satunya adalah terpenuhi kebutuhan yang dalam penelitian ini adalah kebutuhan informasi seputar referensi café karena informasi yang diberikan oleh akun instagram @coffeineseeker.

Tabel 3. Hubungan antara Keakuratan Informasi Akun Instagram @ Coffeineseeker dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers

Correlation				
			Keakuratan informasi	Pemenuhan Kebutuhan Informasi
Spearman's rho	Keakuratan informasi	Correlation Coefficient	1.000	.685**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	Pemenuhan Kebutuhan Informasi	Correlation Coefficient	.685**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil penelitian, 2023

Berdasarkan hasil uji korelasi di atas, menunjukkan bahwa antara sub variabel yaitu Keakuratan Informasi akun instagram @coffeineseeker (X2) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* (Y) menggunakan korelasi *Spearman's rho* dengan hasil sebesar 0,685. Hal tersebut menunjukkan bahwa keamatan korelasi antara variabel tersebut masuk ke dalam kategori kuat. Selain itu, koefisien korelasi menunjukkan hubungan yang bersifat positif. Nilai signifikansi (Sig.) untuk subvariabel keakuratan informasi akun instagram @coffeineseeker dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* sebesar $0.000 < 0.05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Sehingga, dapat dikatakan bahwa keakuratan informasi akun instagram @coffeineseeker memiliki hubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Dari hasil data tersebut, dapat diketahui gambaran bagaimana kualitas informasi berdasarkan keakuratan informasi berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Akun instagram @coffeineseeker sebagai akun yang membagikan sebuah informasi, sudah seharusnya memastikan informasi yang dibagikan sesuai dengan fakta dan dapat dipastikan kebenarannya. Seperti yang dikemukakan oleh Mcleod dan Schell (2007), bahwa salah satu indikator dari kualitas informasi yaitu akurat. Keakuratan informasi merupakan hal yang penting, karena apabila informasi yang dibagikan adalah informasi yang salah, akan merugikan pengguna informasi dan akan mempengaruhi pengambilan keputusan pengguna nantinya. Akun instagram @coffeineseeker selalu memastikan informasi yang akan dibagikan adalah informasi yang benar dan sesuai dengan kenyataan. Selain itu, informasi yang dibagikan juga harus dapat dengan mudah dipahami. Dalam hal ini, akun instagram @coffeineseeker membuat konten yang dapat memberikan gambaran sekaligus memberikan informasi melalui *caption* agar para pengguna dapat mencerna informasi dengan mudah dan nantinya akan memenuhi kebutuhan pengguna karena informasi yang dibagikan merupakan informasi yang akurat.

Tabel 4. Hubungan antara Ketepatan Waktu Informasi Akun Instagram @Coffeineseeker dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers

		Correlation		
			Ketepatan waktu informasi	Pemenuhan Kebutuhan Informasi
Spearman's rho	Ketepatan waktu informasi	Correlation Coefficient	1.000	.595**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	Pemenuhan Kebutuhan Informasi	Correlation Coefficient	.595**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil penelitian, 2023

Berdasarkan hasil uji korelasi di atas, menunjukkan bahwa antara sub variabel yaitu Ketepatan Waktu Informasi akun instagram @coffeineseeker (X3) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* (Y) menggunakan korelasi *Spearman's rho* dengan hasil sebesar 0,595. Hal tersebut menunjukkan bahwa keeratan korelasi antara variabel tersebut masuk ke dalam kategori cukup kuat. Selain itu, koefisien korelasi menunjukkan hubungan yang bersifat positif. Nilai signifikansi (Sig.) untuk subvariabel ketepatan waktu informasi akun instagram @coffeineseeker dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* sebesar $0.000 < 0.05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga, dapat dikatakan bahwa ketepatan waktu informasi akun instagram @coffeineseeker memiliki hubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Dari hasil data tersebut, dapat diketahui gambaran bagaimana kualitas informasi berdasarkan ketepatan waktu informasi berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Banyaknya akun yang membagikan informasi di era teknologi seperti ini, membuat mereka berlomba untuk memberikan informasi secepat mungkin. Seperti yang

dikemukakan oleh Mcleod dan Schell (2007), bahwa salah satu indikator dari kualitas informasi yaitu tepat waktu. Apabila informasi yang dibutuhkan datang tidak tepat waktu nantinya akan mempengaruhi keputusan dan informasi tidak dibutuhkan lagi. Sebaliknya, jika informasi datang tepat waktu, maka informasi tersebut berharga dan dapat memenuhi kebutuhan informasi penggunaannya. Pada lama akun akun instagram @coffeineseeker, informasi mengenai café terbaru dapat ditemukan serta tersedia fitur *highlight* untuk menemukan informasi café sesuai kota. Namun, fitur *highlight* saja tidak cukup untuk dapat menemukan informasi yang diinginkan secara cepat. Sehingga, hal tersebut menghambat *followers* untuk mendapatkan informasi café yang diinginkan dengan cepat.

Tabel 5. Hubungan antara Kelengkapan Informasi Akun Instagram @ Coffeineseeker dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers

Correlation				
			Kelengkapan informasi	Pemenuhan Kebutuhan Informasi
Spearman's rho	Kelengkapan informasi	Correlation Coefficient	1.000	.713**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	Pemenuhan Kebutuhan Informasi	Correlation Coefficient	.713**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil penelitian, 2023

Berdasarkan hasil uji korelasi di atas menunjukkan bahwa antara sub variabel yaitu Kelengkapan Informasi akun instagram @coffeineseeker (X4) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* (Y) menggunakan korelasi *Spearman's rho* dengan hasil sebesar 0,713. Hal tersebut menunjukkan bahwa keeratan korelasi antara variabel tersebut masuk ke dalam kategori

kuat. Selain itu, koefisien korelasi menunjukkan hubungan yang bersifat positif. Nilai signifikansi (Sig.) untuk subvariabel kelengkapan informasi akun instagram @coffeineseeker dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* sebesar $0.000 < 0.05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga, dapat dikatakan bahwa kelengkapan informasi akun instagram @coffeineseeker memiliki hubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Dari hasil data tersebut, dapat diketahui gambaran bagaimana kualitas informasi berdasarkan kelengkapan informasi berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Informasi yang lengkap adalah informasi yang dibutuhkan oleh semua pengguna yang nantinya akan membawa kepuasan tersendiri karena menemukan informasi yang lengkap tanpa harus mencari di sumber informasi lain. Seperti yang dikemukakan oleh Mcleod dan Schell (2007), bahwa salah satu indikator dari kualitas informasi yaitu lengkap. Sebagai akun yang membagikan informasi, akun instagram @coffeineseeker ingin membuat tampilan yang berbeda dengan akun sejenis. Pada laman akun instagram @coffeineseeker dapat ditemukan konten foto maupun *reels* video yang dapat memberikan gambaran mengenai café yang diulas, dan dilengkapi dengan *caption* atau ulasan singkat yang terdiri dari informasi produk, harga produk, dan seputar suasana dan fasilitas yang tersedia di café tersebut. Selain itu, akun instagram @coffeineseeker juga memberikan berbagai macam referensi café dari mulai Kota Bandung dan kota lain yang dikunjungi dan berbagai macam gaya arsitektur dan desain café. Dengan informasi ini, diharapkan pengguna dapat memenuhi kebutuhan informasi akan menemukan café yang sesuai dengan harapan mereka.

5. KESIMPULAN

Dari hasil kajian dan analisis yang sudah dilakukan, secara garis besar dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas informasi akun instagram @coffeineseeker dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* pada tingkat keeratan korelasi sangat kuat yang menunjukkan

bahwa informasi yang diberikan oleh akun instagram @coffeineseeker berkualitas sehingga dapat memenuhi kebutuhan informasi para *followers*. Hubungan dengan tingkat keeratan korelasi kuat antara relevansi informasi akun instagram @coffeineseeker dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* yang menunjukkan bahwa informasi yang diberikan akun instagram @coffeineseeker memberikan manfaat dan sesuai dengan kebutuhan informasi *followers*.

Hubungan dengan tingkat keeratan korelasi kuat antara keakuratan informasi akun instagram @coffeineseeker dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* yang menunjukkan bahwa informasi yang diberikan akun instagram @coffeineseeker merupakan informasi yang dapat dipercaya dan berasal dari sumber yang valid sehingga kebutuhan informasi *followers* mengenai café terpenuhi. Hubungan dengan tingkat keeratan korelasi cukup kuat antara ketepatan waktu informasi akun instagram @coffeineseeker dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* yang menunjukkan bahwa akun instagram @coffeineseeker memberikan informasi terbaru mengenai café. Hubungan dengan tingkat keeratan korelasi kuat antara kelengkapan informasi akun instagram @coffeineseeker dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Hal ini menunjukkan bahwa akun instagram @coffeineseeker memberikan informasi beragam café dengan detail, sehingga kebutuhan informasi *followers* mengenai café terpenuhi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Brogan, Chris. 2010. *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Byan MFA, Said, Anne Ratnasari Prodi Manajemen Komunikasi, and Fakultas Ilmu Komunikasi. 2021. "Prosiding Manajemen Komunikasi Hubungan Antara Kualitas Informasi Tentang Covid-19 Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers," 31–34.

- Kaniki, Andrew M. 1992. "Meeting the Needs of Agricultural Researchers in Africa: The Role of Unpublished Reports." *Information Development* 8 (2): 83–89. <https://doi.org/10.1177/026666699200800206>.
- McLeod, Raymond. 2004. *Sistem Informasi Manajemen*. 8th ed. Jakarta.
- McLeod, Raymond, and George P. Schell. 2007. *Sistem Informasi Manajemen*. 10th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- NapoleonCat. 2023. "Instagram Users in Indonesia." 2023.
- Negash, Solomon, Terry Ryan, and Magid Igbaria. 2003. "Quality and Effectiveness in Web-Based Customer Support Systems." *Information & Management* 40 (8). [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(02\)00101-5](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0378-7206(02)00101-5).
- Nurhaditio, Muhamad Duky, and Eko Hartanto. 2023. "Pengaruh Terpaan Dan Kualitas Informasi Pada Akun Instagram @Animolife Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2 (02): 57–62. <https://doi.org/10.56127/jukim.v2i02.567>.
- O'Brien, James A. 2005. *Pengantar Sistem Informasi: Perspektif Bisnis Dan Manajerial*. 12th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Ong, Chorng-Shyong, Min-Yuh Day, and Wen-Lian Hsu. 2009. "The Measurement of User Satisfaction with Question Answering Systems." *Information and Management* 46 (7). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.im.2009.07.004>.
- Rakhmat, Jalaludin. 2012. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Romney, Marshall B, and Paul John Steinbart. 2014. *Sistem Informasi Akuntansi: Accounting Information Systems*. Jakarta: Salemba Empat.
- Soedjatmiko, Haryanto. 2008. *Saya Berbelanja Maka Saya Ada*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sutabri, Tata. 2012. *Analisis Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Suwarno, Wiji. 2010. *Ilmu Perpustakaan Dan Kode Etik Pustakawan*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.

Yusup, Pawit M. 1995. *Pedoman Praktis Mencari Informasi*. Remaja Rosdakarya.