



Hubungan Pencarian Informasi Lee Jen0 pada Akun Twitter @LeeJeno_IDN dengan Kebutuhan Informasi Followers

Salsabilla Nafiisah¹, Prijana², Asep Saeful³

^{1,2,3}Ilmu Informasi dan Perpustakaan, Fakultas Komunikasi, Universitas Padjadjaran,
Jatinangor, 45363, Indonesia

¹salsabilla18002@mail.unpad.ac.id, ²prijana@unpad.ac.id,
³asepsaeful@unpad.ac.id

DOI: [10.30742/tb.v7i1.2672](https://doi.org/10.30742/tb.v7i1.2672)

Received: 23 Januari 2023

Revised: 27 Maret 2023

Accepted: 13 April 2023

ABSTRACT

Information seeking activities are also usually carried out to meet the needs of each individual and on this activity can be done on social media especially Twitter. **Purpose Research.** This study aims to find out whether there is a significant correlation between information seeking with the fulfillment information of cognitive needs, affective needs, social integrative needs, and escapist needs of @LeeJeno_IDN's followers. **Methods.** This research used correlational quantitative method by using Pearson Correlation. On this population of this research were the followers themselves and got drawn sample with amount 100 using Simple Random Sampling. **Result.** And the result of this research shown that there is a significant correlation between information seeking with the fulfillment information of cognitive needs, affective needs, social integrative needs, and escapist needs of @LeeJeno_IDN's followers.

Keywords: *Information Seeking, Information Needing, Twitter, Social Media, Information*

ABSTRAK

Kegiatan mencari informasi biasanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan tiap masing-masing individu dan kegiatan ini dapat dilakukan pada media sosial terutama Twitter. **Tujuan Penelitian.** Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara pencarian informasi dengan pemenuhan kebutuhan informasi kognitif, afektif, integrasi sosial, dan berkhayal pada *followers* akun twitter @LeeJeno_IDN. **Metode.** Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional dengan menggunakan Pearson Correlation. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *information needs* dari Katz, Gurevich, dan Hass serta *information seeking* dari Donohew dan Tipton. Populasi dari penelitian ini ialah *followers* dari akun twitter @LeeJeno_IDN dan ditarik sampel sebesar 100 menggunakan Simple Random Sampling. **Hasil Penelitian.** Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pencarian informasi mengenai Lee Jen0 dengan pemenuhan kebutuhan informasi kognitif, afektif, integrasi sosial, dan berkhayal *followers* dari akun twitter @LeeJeno_IDN.

Kata Kunci: *Pencarian informasi, Kebutuhan informasi, Twitter, Media Sosial, Informasi*



A. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi seperti sekarang ini yang di mana ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang dengan cepat dan pesat membuat masyarakat semakin dimanjakan akan adanya internet. Pertumbuhan internet di Indonesia bisa dikatakan cukup cepat karena masyarakatnya sudah menjadikan internet sebagai kebutuhan primer. Kehadiran internet juga membawa revolusi pada cara manusia melakukan komunikasi serta kemudahan dalam mengakses informasi untuk memenuhi kebutuhannya. Faktor utama dari kemajuan internet sendiri yaitu media sosial.

Media sosial merupakan bentuk komunikasi berbasis elektronik seperti sistus web untuk jejaring sosial dan *microblogging* di mana pengguna bisa membuat komunitas secara *online* untuk berbagi informasi, ide, pesan pribadi, dan konten-konten lainnya seperti video (Merriam, 2004). Media sosial pertama kali diluncurkan pada tahun 1997 oleh National Science Foundation dan dari situlah muncul jaringan media sosial paling awal dengan dimulainya *Six Degrees*. *Six Degrees* merupakan media sosial pertama yang memungkinkan penggunanya terhubung dengan kontak dunia nyata dengan membuat profil dalam *database*.

Masifnya penggunaan media sosial membuat kemudahan bagi para penggunanya dalam mencari sebuah informasi dan juga membantu untuk berkomunikasi dengan satu dan lainnya. Salah satu media sosial yang sedang populer dikalangan masyarakat yaitu Twitter. Twitter menjadikan masyarakat dengan mudah berkomunikasi atau berinteraksi dengan sesama tanpa adanya proses verifikasi yang sulit. Twitter termasuk kedalam layanan sosial *networking* pada kategori *microblogging* yang memungkinkan para penggunanya bisa mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 280 karakter atau yang biasa disebut dengan *tweet*.

Masing-masing dari pengguna Twitter biasanya menggunakan aplikasi tersebut untuk mendapatkan informasi terbaru dengan dibantu oleh fitur *trend* yang ada pada aplikasi tersebut membuat penggunanya dengan mudah mendapatkan informasi terkini atau *real time*. Hal ini juga didukung oleh pernyataan bahwa Twitter membantu penyebaran informasi secara lebih cepat yang kemudian akan menjadi sebuah topik yang dibahas oleh para penggunanya. Selain itu Twitter juga termasuk kedalam salah satu media sosial yang selalu stabil dalam fitur penggunaannya dan juga memiliki jangkauan yang sangat luas dan mencakup banyak orang dalam penyebaran suatu informasi (Solihin dan Awaliyah, 2021). Twitter juga jarang mengalami gangguan jika dibandingkan dengan media sosial lainnya dan Twitter juga merupakan media sosial yang selalu dapat diakses dan digunakan semua fiturnya dengan mudah (Putra, 2015).

Twitter juga memudahkan para penggunanya untuk membagikan informasi kepada pengguna lainnya. Misalnya, informasi mengenai *Korean Pop* atau yang biasa disebut dengan *K-Pop*. *K-Pop* sendiri merupakan salah satu dari banyaknya budaya yang berasal dari Korea Selatan yang sangat digemari oleh kaum millennial akhir-akhir ini. Menurut hasil survey IDN Times (2019) bahwa sebanyak 40,7% penggemar *K-Pop* yang berada di Indonesia berusia 20-25 tahun, 38,1% berusia 15-



20 tahun, 11,9% berusia lebih dari 25 tahun dan presentase paling sedikit berada pada usia 10-15 tahun dengan presentase 9,7%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas penggemar *K-Pop* adalah usia 15 hingga 25 tahun kisaran remaja Sekolah Menengah Atas hingga Mahasiswa.

Dengan hadirnya akun Twitter @LeeJeno_IDN menjadikan salah satu media penyedia dan juga penyebaran informasi mengenai *K-Pop* terutama bagi *followersnya*. Akun twitter @LeeJeno_IDN merupakan salah satu akun *fanbase* yang cukup aktif dalam menyediakan informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi penggemar sejak tahun 2019 selain itu, aku Twitter tersebut menyajikan berbagai macam informasi mengenai Lee Jenso yang merupakan salah satu anggota dari *BoyGroup K-Pop* yang bernama *Neo Culture Technology* atau biasa disebut dengan NCT juga salah satu anggota NCT yang memiliki kepopuleritasan cukup tinggi diantara 22 anggota lainnya.

Hadirnya akun Twitter @LeeJeno_IDN memudahkan para penggemar terutama *followers* tersebut untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai Lee Jenso. Biasanya informasi yang didapatkan langsung dari portal berita Korea yang kemudian diterjemahkan kedalam Bahasa Indonesia. Informasi yang ada merupakan informasi *real time* yang biasanya berisikan berupa perilisan album, jadwal acara tampil, jadwal acara lainnya yang langsung diunggah oleh artisnya sendiri. Penggemar dan *followers* pun bisa dengan mudah mendapatkan informasi yang dicarinya, dengan dibantu oleh fitur pencarian yang sudah tersedia pada Twitter. Selain itu, fitur Twitter juga membuat penggunanya bisa lebih interaktif dengan satu sama lain dengan adanya kolom *reply* dan *quote reply*. Fitur-fitur tersebut memberi kemudahan lebih bagi *followers* untuk berdiskusi lebih lanjut mengenai informasi yang telah disajikan oleh @LeeJeno_IDN.

Berdasarkan penelitian terdahulu dari Widiastuti (2014) menyatakan bahwa penggunaan situs jejaring sosial Twitter sangat membantu sebagai media alternatif untuk menyalurkan informasi kepada khalayak. Solihin dan Awaliyah (2021) pun mengatakan bahwa Twitter membantu penyebaran informasi secara lebih cepat yang kemudian menjadi sebuah topik yang dibahas oleh para penggunanya. Dapat disimpulkan oleh peneliti bahwa media sosial Twitter memiliki banyak manfaat terutama dalam penyebaran informasi yang lebih luas kepada para penggunanya dan hal ini memudahkan untuk pengguna Twitter untuk mendapatkan informasi dengan lebih mudah dan cepat. Penelitian lain yang diteliti oleh Andina Agustina Yora yang berjudul 'Hubungan antara Pencarian Informasi Provideer Telkomsel pada Akun Twitter @Telkomsel dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers @Telkomsel'. Hasil dari penelitian tersebut menyebutkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara pencarian dengan pemenuhan kebutuhan informasi mengenai provider telkomsel yang dilihat dari aspek kebutuhan kognitif, afektif, juga pelepasan pada akun Twitter @Telkomsel. Penelitian Andina juga menggambarkan bahwa Twitter dapat menjadi sumber informasi bagi para penggunanya, oleh karena itu peneliti tertarik untuk mencoba meneliti hal yang sama yakni bagaimana masyarakat menggunakan Twitter sebagai sumber informasi untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan oleh masing-masing individu



Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan pencarian informasi pada akun Twitter @LeeJeno_IDN dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Peneliti menggunakan teori *information seeking* oleh Donohew dan Tipton yang memiliki konsep *image of reality* yang terdiri dari nilai-nilai, kepercayaan, dan juga pengalaman individu seseorang. Senjaya (2007) juga menyebutkan bahwa proses pencarian menurut Donohew dan Tipton memiliki beberapa tahapan proses yang diantaranya; dimulai ketika individu diterpa oleh sejumlah stimuli yang kemudian, kepada stimuli tersebut individu dapat memperhatikan atau tidak memperhatikan. Dan pilihan pada salah satunya ditentukan oleh masing-masing karakteristik dari stimuli tersebut. Pada penelitian ini, yaitu *followers* akun twitter @LeeJeno_IDN diterpa oleh simuli yang menyerupai sebuah informasi mengenai Lee Jenso dalam bentuk cuitan maupun foto atau video, yang dilengkapi dengan *caption* yang ada.

Selain itu, peneliti juga menggunakan teori kebutuhan informasi dari Katz, Gurevitch, dan Haas yang memiliki lima poin diantaranya kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial, dan kebutuhan berkhayal. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan empat dari lima indikator tersebut yakni kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi sosial dan kebutuhan berkhayal. Hal ini dikarenakan berkaitan dengan kebutuhan *followers* itu sendiri. Dan peneliti menilai bahwa informasi dalam akun Twitter @LeeJeno_IDN merupakan informasi yang sengaja dicari oleh tiap-tiap individu, maka setidaknya empat indikator kebutuhan *followers* telah terpenuhi.

Berdasarkan pemaparan yang sudah peneliti jelaskan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul “Hubungan Pencarian Informasi dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Dikalangan Followers” diikuti dengan rumusan masalah dari penelitian ini yaitu “Apakah kebutuhan informasi *followers* memiliki hubungan dengan pencarian informasi Lee Jenso pada akun Twitter @LeeJeno_IDN” dengan tujuan untuk mengetahui jika pencarian informasi mengenai Lee Jenso pada akun Twitter @LeeJeno_IDN sudah cukup memenuhi kebutuhan kognitif, afektif, integrasi sosial, dan berkhayal oleh *followers*.

B. TINJAUAN PUSTAKA

I. Informasi

Tiap masing-masing individu pasti berada dalam lingkungan yang berkaitan dengan informasi. Informasi meliputi sebagian besar aktivitas manusia karena pada hakikatnya individu merupakan pencipta informasi. Informasi sendiri memiliki 3 makna, yang pertama yaitu informasi merupakan suatu proses yang merujuk pada kegiatan menjadi terinformasi. Yang kedua, informasi merupakan pengetahuan yang mengacu pada segala kejadian di dunia yang tak terhingga, tidak dapat disentuh, atau juga sesuatu yang abstrak. Dan yang ketiga ialah informasi dianggap sebagai suatu benda atau penyajian yang nyata dari pengetahuan. Sebagai benda yang nyata, informasi dilihat dari rangkaian simbol-simbol dan dapat ditangkap oleh panca indra manusia serta dapat saling dipertukarkan.



Informasi menurut McLeod (dalam Yakub, 2012) ialah sebuah data yang diolah kedalam bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang memerlukan. Selain itu, informasi juga didefinisikan sebagai data yang diproses atau data yang memiliki arti. Informasi sendiri merupakan sebuah data yang sudah diproses sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan. Informasi juga dapat berupa data mentah, dapat tersusun, kapasitas sebuah saluran informasi, dan sebagainya.

2. Pencarian Informasi

Setiap orang pastinya membutuhkan informasi, dimulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa sekali pun pastinya membutuhkan informasi untuk menunjang kegiatan sehari-harinya. Maka tiap orang yang butuh akan informasi akan melakukan pencarian informasi. Aktifitas pencarian informasi juga dipengaruhi oleh perkembangan teknologi sehingga pencarian informasi dapat dikatakan sebagai aktifitas yang dinamis (Kamaruddin, 2001).

Pencarian informasi merupakan kegiatan seseorang yang dilakukan untuk mendapatkan sebuah informasi. seseorang akan menunjukkan perilaku pencarian informasi untuk memenuhi kebutuhannya (Ramdhani, 2017). Untuk penjelasan lebih sempitnya lagi, pencarian informasi merupakan sebuah kegiatan seseorang yang dilakukan untuk mendapatkan informasi. Nurfadillah (2021) juga berpendapat mengenai perilaku pencarian informasi yang merupakan sebuah tindakan dari seseorang untuk memenuhi kebutuhan informasinya, karena sejatinya kebutuhan tiap masing-masing individu memiliki tindakan yang berbeda untuk memenuhi apa yang mereka inginkan dan untuk mendapatkannya pun memiliki cara yang berbeda dipengaruhi oleh tingkat kebutuhan dan kemampuan yang mereka miliki.

3. Kebutuhan Informasi

Tiap-tiap individu pastinya membutuhkan informasi untuk menambah pengetahuan yang dimiliki. Kebutuhan akan informasi bisa dibutuhkan oleh seluruh lapisan masyarakat tanpa terkecuali, karena masing-masing dari individu memiliki kebutuhan yang berbeda menyesuaikan dengan kebutuhan yang akan digunakannya. Hal ini didukung dengan pernyataan Kerch yang dikutip oleh Nur Riani (2017) bahwa kebutuhan seseorang akan muncul karena didasari dari kondisi fisiologis, situasi, dan kognitifnya. Kebutuhan akan fisiologis merupakan kebutuhan terhadap pemenuhan kebutuhan yang didasari oleh kondisi individu tersebut seperti sandang, pangan, dan papan.

Katz, Gurevitch, dan Haas juga menyebutkan bahwa orang yang memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi akan memiliki kebutuhan akan informasi lebih banyak dibandingkan dengan orang yang berpendidikan rendah. Terpenuhinya kebutuhan akan menimbulkan perasaan puas, menginginkan, ataupun mengharapkan. Katz, Gurevitch, dan Haas mengemukakan lima kebutuhan yang harus dipenuhi, yaitu:



1. Kebutuhan kognitif, yang memiliki tujuan untuk memperkuat pengetahuan dan pemahaman orang terhadap lingkungannya. Kebutuhan ini didasarkan atas keinginan individu untuk memahami dan menguasai lingkungannya
2. Kebutuhan afektif, kebutuhan ini selalu dikaitkan dengan kebutuhan estestetis yaitu hal-hal yang dapat menyenangkan dan memberikan pengalaman emosional.
3. Kebutuhan integrasi personal, kebutuhan ini selalu dikaitkan dengan penguatan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status individu.
4. Kebutuhan integrasi sosial, kebutuhan ini dibutuhkan untuk berkomunikasi dengan keluarga, teman dan orang lain dalam masyarakat.
5. Kebutuhan berkhayal, kebutuhan ini dimaksudkan jika seseorang tidak puas dengan lingkungannya, maka mereka dapat melarikan diri ke dalam dunia yang sesuai dengan apa yang sedang diinginkannya, contoh umum yaitu dunia maya.

4. Media Sosial

Media sosial merupakan media daring di mana penggunaannya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Mayfield (2008) menjelaskan bahwa media sosial sebagai pemahaman terbaik dari kelompok jenis baru media *online* yang mencakup karakter-karakter berikut ini:

- a. Partisipasi
Media sosial mendorong seseorang untuk berkontribusi dan menjadi umpan balik bagi setiap orang yang tertarik. Hal ini dapat menghilangkan batasan antara media dan khalayak.
- b. Keterbukaan
Layanan media sosial dapat digunakan seseorang untuk berpartisipasi, mendorong untuk memilih, berkomentar, maupun berkomunikasi dengan satu sama lain.
- c. Percakapan
Dalam menjalani percakapan, media sosial dikenal lebih baik dalam komunikasi dua arah.
- d. Komunitas
Media sosial memiliki kekuatan untuk membentuk komunitas dengan cepat
- e. Konektivitas
Kebanyakan media sosial biasanya berkembang ke dalam situs-situs, sumber-sumber, maupun orang lain.

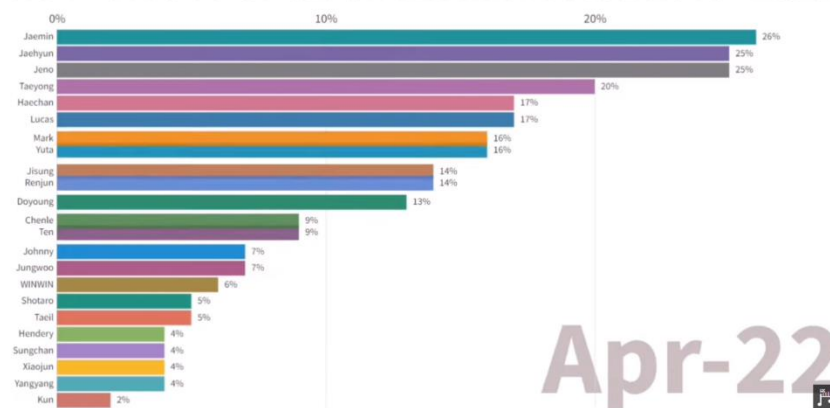
Media sosial juga dapat dikatakan sebagai alat informasi yang perkembangannya sangat cepat juga mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi yang diinginkan. *Twitter* termasuk ke dalam salah satu media sosial yang dapat diakses dengan mudah dan memberikan banyak informasi kepada penggunaannya.

5. Twitter

Diketahui jika fungsi Twitter semakin berkembang menjadi salah satu media penyedia informasi bagi penggunanya, masyarakat pun semakin tertarik untuk mengunduh aplikasi tersebut untuk bisa memenuhi kebutuhan informasi yang mereka inginkan. Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti salah satu akun Twitter yang merupakan sebuah akun *fanbase* yang cukup aktif dalam menyediakan informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi *followersnya* sejak tahun 2019. Akun Twitter yang akan diteliti yaitu @LeeJeno_IDN yang menyajikan berbagai macam informasi mengenai Lee Jenso yang merupakan salah satu dari anggota *BoyGroup K-Pop* yang sedang hangat-hangatnya menjadi perbincangan publik yaitu *Neo Culture Technology* atau yang lebih dikenal dengan sebutan NCT.

Lee Jenso merupakan salah satu anggota NCT yang memiliki tingkat kepopuleritasan cukup tinggi diantara 22 anggota lainnya. Lee Jenso sendiri terkenal sebagai *rapper, main dancer, visual, song writer, dan child actor* yang presensinya dapat memikat penggemar maupun *non-penggemar*. Diketahui pada gambar 1.1 yang menunjukkan presentase data popularitas dari asing-masing anggota NCT yang terhitung pada bulan April 2022

NCT - MOST POPULAR MEMBER SINCE 2016 - 2022



Gambar 1.1. Presentase Data Popularitas Member NCT

Sumber: [youtube.com/watch?v=tHcAoRBjvXA](https://www.youtube.com/watch?v=tHcAoRBjvXA)

Diketahui bahwa informasi yang di *update* pada akun Twitter @LeeJeno_IDN berisikan informasi terbaru mengenai Lee Jenso, biasanya informasi yang didapatkan ialah dari portal berita Korea langsung yang kemudian diterjemahkan kedalam Bahasa Indonesia. Informasi yang disebarkan juga merupakan informasi *real time* seperti jadwal acara terbaru, perilisan album, maupun *update* terbaru dari artisnya secara langsung. Dengan adanya akun Twitter @LeeJeno_IDN tentunya memberikan kemudahan bagi *followersnya* untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai Lee Jenso yang mereka inginkan/butuhkan. Dibantu dengan fitur Twitter yang membuat penggunanya bisa lebih interaktif dengan satu sama lain yaitu: kolom *reply, retweet, dan quote retweet*.



C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Rakhmat (2012) menjelaskan bahwa metode korelasi memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat suatu faktor dengan faktor lainnya. Dalam penelitian ini, populasi yang akan diteliti adalah *followers* dari akun Twitter @Leejeno_IDN. Sejak bulan November 2019 hingga Maret 2022, *followers* dari akun Twitter @Leejeno_IDN mencapai sebanyak $N= 56.300$. Populasi merupakan keseluruhan unit observasi yang memiliki karakteristik. Misalnya seperti jenis kelamin, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan atau usia. (Prijana dan Andri Yanto, 2020). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan cara *probability sampling* dengan teknik sampling berupa *simple random sampling*. Sampling merupakan suatu proses untuk mendapatkan sampel dari suatu populasi. Hakikatnya yang kecil menggambarkan yang besar, artinya bahwa kesimpulan-kesimpulan yang diambil dari sampel merupakan kesimpulan atas populasi. (Prijana dan Andri Yanto, 2020). Ukuran sampel penelitian menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

$$n = \frac{56.300}{1 + 56.300 (0.1^2)}$$

$$n = \frac{56.300}{564}$$

$$n = 99,82 = 100 \text{ responden}$$

Dalam penelitian ini, jenis data yang dipakai yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif bisa disimbolkan dengan berupa angka atau bilangan yang nantinya bisa dimasukkan kedalam skala pengukuran statistik. Pada penelitian ini, data yang digunakan ialah data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil beberapa teknik pengumpulan data yaitu 1) kuesioner online (angket). 2) observasi.

Pada proses analisis data, dari hasil kuesioner yang sudah disebarakan kepada responden maka peneliti akan mendapat *coding sheet* secara langsung tanpa menginput data yang kemudian dijadikan sebagai data yang akan dianalisis dan diinterpretasikan. Sementara statistik inferensial memiliki tujuan untuk penarikan kesimpulan. Analisis *product moment* memiliki sebuah syarat di mana data harus memiliki skala interval bukan skala ordinal. Maka dari itu, sebelum melakukan analisis korelasi, data skala ordinal harus dinaikkan terlebih dahulu menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval* atau MSI. (Prijana dan Andri Yanto, 2020).

Uji validitas dilakukan terhadap isi dari suatu instrumen dengan tujuan untuk mengukur ketepatan suatu instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. uji validitas juga dapat diukur menggunakan perhitungan korelasi *pearson product moment*. Uji reliabilitas merupakan suatu instrumen yang cukup dapat dipercaya



untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena, instrumen tersebut sudah tepat. Reliabel juga memiliki arti konsistensi. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan uji reliabilitas internal yang diperoleh dengan cara menganalisis data dari hasil uji coba. Pengujian reliabilitas akan dilakukan dengan menggunakan rumus *pearson product moment* pada progra SPSS versi 26 dengan cara mengaitkan antara satu pertanyaan dengan pertanyaan lainnya.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah: 1) Hipotesis nol (H₀): Pencarian informasi Lee Jen0 pada akun Twitter @LeeJeno_IDN terdapat hubungan *non significant* dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*; 2) Hipotesis kerja (H₁): Pencarian informasi Lee Jen0 pada akun Twitter @LeeJeno_IDN terdapat hubungan *significant* dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Hipotesis diatas dirumuskan kembali menjadi sub-sub hipotesis sebagai berikut: 1) Hipotesis nol (H₀) Pencarian informasi Lee Jen0 pada akun Twitter @LeeJeno_IDN terdapat hubungan *non significant* dengan pemenuhan kebutuhan kognitif *followers*. 2) Hipotesis kerja (H₁): Pencarian informasi Lee Jen0 pada akun Twitter @LeeJeno_IDN terdapat hubungan *significant* dengan pemenuhan kebutuhan kognitif *followers*; 3) Hipotesis nol (H₀) Pencarian informasi Lee Jen0 pada akun Twitter @LeeJeno_IDN terdapat hubungan *non significant* dengan pemenuhan kebutuhan afektif *followers*. 4) Hipotesis kerja (H₁): Pencarian informasi Lee Jen0 pada akun Twitter @LeeJeno_IDN terdapat hubungan *significant* dengan pemenuhan kebutuhan afektif *followers*; 5) Hipotesis nol (H₀) Pencarian informasi Lee Jen0 pada akun Twitter @LeeJeno_IDN terdapat hubungan *non significant* dengan pemenuhan kebutuhan integrasi sosial *followers*. 6) Hipotesis kerja (H₁): Pencarian informasi Lee Jen0 pada akun Twitter @LeeJeno_IDN terdapat hubungan *significant* dengan pemenuhan kebutuhan integrasi sosial *followers*; 7) Hipotesis nol (H₀) Pencarian informasi Lee Jen0 pada akun Twitter @LeeJeno_IDN terdapat hubungan *non significant* dengan pemenuhan kebutuhan berkhayal *followers*. 8) Hipotesis kerja (H₁): Pencarian informasi Lee Jen0 pada akun Twitter @LeeJeno_IDN terdapat hubungan *significant* dengan pemenuhan kebutuhan berkhayal *followers*.

D. HASIL DAN DISKUSI

I. Analisis Korelasi Pearson

Untuk melakukan analisis korelasi ada syarat yang harus dipenuhi oleh peneliti yaitu, data yang akan diteliti harus memiliki skala interval bukan ordinal. Oleh karena itu, sebelum melakukan analisis korelasi, data skala ordinal harus dinaikkan terlebih dahulu kedalam skala interval yang dibantu oleh *software* MSI atau *Method of Successive Interval*. Dalam analisis korelasi *pearson* ini termasuk kedalam analisis statistik deskriptif yang dijadikan dasar dalam analisis statistik inferensial sehingga korelasi *Pearson Product Moment* memiliki kedudukan secara khusus dalam analisis statistik.



Hubungan Antara Pencarian Informasi dengan Kebutuhan Kognitif

Untuk melakukan uji hipotesis antara pencarian informasi (X) dengan kebutuhan kognitif (Y₁), hipotesis yang diajukan oleh peneliti ialah sebagai berikut.

H₀ = Pencarian informasi Lee Jen0 pada akun twitter @LeeJeno_IDN memiliki hubungan *non significant* dengan kebutuhan kognitif *followers*

H₁ = Pencarian informasi Lee Jen0 pada akun twitter @LeeJeno_IDN memiliki hubungan *significant* dengan kebutuhan kognitif *followers*

Jika kalimat hipotesis berbunyi demikian, maka peneliti akan mengujinya melalui metode statistik dengan menggunakan program SPSS versi 26 untuk mengetahui apakah hipotesis diterima atau ditolak. [lihat tabel 1]

Tabel 1. Hasil Uji Hipotesis Pencarian Informasi dan Kebutuhan Kognitif

Correlations

		Pencarian Informasi	Kebutuhan Kognitif
Pencarian Informasi	Pearson Correlation	1	.643**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	100	100
Kebutuhan Kognitif	Pearson Correlation	.643**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	100	100

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

Hasil pengujian dari hipotesis di atas dengan menggunakan *Pearson Correlation* dalam program SPSS versi 26 menunjukkan hasil koefisien korelasi sebesar 0,643 pada alpha (α) 1% (0,001) atau dengan kepercayaan 99% dinyatakan *significant*. Bahwa *followers* dari akun twitter @LeeJeno_IDN selalu mengikuti informasi terbaru secara rutin untuk memenuhi kebutuhan kognitifnya. Hal ini juga didukung oleh data nominal sebesar 92,7% di mana *followers* menjadikan informasi dari akun twitter @LeeJeno_IDN sebagai sumber informasi utama untuk meningkatkan pemahaman terhadap lingkungannya, dengan demikian hubungan antara pencarian informasi dengan pemenuhan kebutuhan kognitif *followers* diterima (H₁ diterima). [lihat gambar 1]



Gambar 1. Data Nominal Kebutuhan Kognitif

Hubungan Antara Pencarian Informasi dengan Kebutuhan Afektif

Untuk melakukan uji hipotesis antara pencarian informasi (X) dengan kebutuhan afektif (Y₂), hipotesis yang diajukan oleh peneliti ialah sebagai berikut:

H0 = Pencarian informasi Lee Jeno pada akun twitter @Leejeno_IDN terdapat hubungan *non significant* dengan kebutuhan afektif *followers*

H1 = Pencarian informasi Lee Jeno pada akun twitter @Leejeno_IDN terdapat hubungan *significant* dengan kebutuhan afektif *followers*

Jika kalimat hipotesis berbunyi demikian, maka peneliti akan mengujinya melalui metode statistik dengan menggunakan program SPSS versi 26 untuk mengetahui apakah hipotesis diterima atau ditolak. [lihat tabel 2]

Tabel 2 Hasil Uji Hipotesis Pencarian Informasi dan Kebutuhan Afektif

Correlations

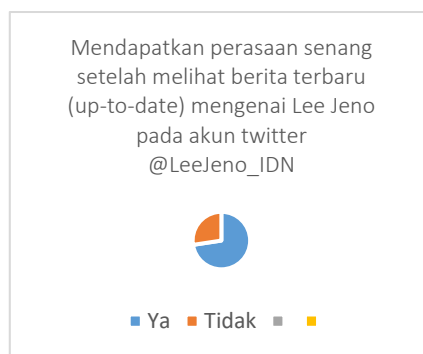
		Pencarian Informasi	Kebutuhan Afektif
Pencarian Informasi	Pearson Correlation	1	.634**
	Sig. (2-tailed)		<,001
	N	100	100
Kebutuhan Afektif	Pearson Correlation	.634**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	
	N	100	100

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

Hasil pengujian dari hipotesis di atas dengan menggunakan *Pearson Correlation* dalam program SPSS versi 26 menunjukkan hasil koefisien korelasi sebesar 0,634 pada alpha (α) 1% (0,001) atau dengan kepercayaan 99% dinyatakan *significant*. Bahwa *followers* dari akun twitter @Leejeno_IDN selalu mendapatkan perasaan senang setelah mendapatkan informasi terbaru dari akun twitter



@LeeJeno_IDN untuk memenuhi kebutuhan afektifnya. Hal ini didukung oleh data nominal sebesar 72,6% di mana *followers* akan mendapatkan perasaan senang setelah melihat berita terbaru mengenai Lee Jenso pada akun twitter @LeeJeno_IDN, dengan demikian hubungan antara pencarian informasi dengan pemenuhan kebutuhan afektif *followers* diterima (H1 diterima). [lihat gambar 2]



Gambar 2. Data Nominal Kebutuhan Afektif

Hubungan Antara Pencarian Informasi dengan Kebutuhan Integrasi Sosial

Untuk melakukan uji hipotesis antara pencarian informasi (X) dengan kebutuhan integrasi sosial (Y_3), hipotesis yang diajukan oleh peneliti ialah sebagai berikut:

H0 = Pencarian informasi Lee Jenso pada akun twitter @LeeJeno_IDN terdapat hubungan *non significant* dengan kebutuhan integrasi sosial *followers*

H1 = Pencarian informasi Lee Jenso pada akun twitter @LeeJeno_IDN terdapat hubungan *significant* dengan kebutuhan integrasi sosial *followers*

Jika kalimat hipotesis berbunyi demikian, maka peneliti akan mengujinya melalui metode statistik dengan menggunakan program SPSS versi 26 untuk mengetahui apakah hipotesis diterima atau ditolak. [lihat tabel 3]

Tabel 3 Hasil Uji Hipotesis Pencarian Informasi dengan Kebutuhan Integrasi Sosial

		Pencarian Informasi	Kebutuhan Integrasi Sosial
Pencarian Informasi	Pearson Correlation	1	.619**
	Sig. (2-tailed)		<,001
	N	100	100
Kebutuhan Integrasi Sosial	Pearson Correlation	.619**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	
	N	100	100

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

Hasil pengujian dari hipotesis di atas dengan menggunakan *Pearson Correlation* dalam progra SPSS versi 26 menunjukkan hasil koefisien korelasi sebesar 0,619 pada alpha (α) 1% (0,001) atau dengan kepercayaan 99% dinyatakan *significant*. Bahwa *followers* dari akun twitter @LeeJeno_IDN selalu mencari informasi terbaru secara rutin untuk memenuhi kebutuhan integrasi sosial. Hal ini juga didukung oleh data nominal sebesar 58,9% di mana *followers* akan mencari berita terbaru dari akun twitter @LeeJeno_IDN supaya bisa berinteraksi dengan teman satu lingkupnya, dengan demikian hubungan antara pencarian informasi dengan pemenuhan kebutuhan integrasi sosial *followers* diterima (H1 diterima). [lihat gambar 3]



Gambar 3. Data Nominal Kebutuhan Integrasi Sosial

Hubungan Antara Pencarian Informasi dengan Kebutuhan Berkhayal

Untuk melakukan uji hipotesis antara pencarian informasi (X) dengan kebutuhan berkhayal (Y_4), hipotesis yang diajukan oleh peneliti ialah sebagai berikut:

H0 = Pencarian Informasi Lee Jenyo pada akun twitter @LeeJeno_IDN terdapat hubungan *non significant* dengan kebutuhan berkhayal *followers*

H1 = Pencarian informasi Lee Jenyo pada akun twitter @LeeJeno_IDN terdapat hubungan *significant* dengan kebutuhan berkhayal *followers*



Jika kalimat hipotesis berbunyi demikian, maka peneliti akan mengujinya melalui metode statistik dengan menggunakan program SPSS versi 26 untuk mengetahui apakah hipotesis diterima atau ditolak. [lihat tabel 4]

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis Pencarian Informasi dan Kebutuhan Berkhayal

		Pencarian Informasi	Kebutuhan Berkhayal
Pencarian Informasi	Pearson Correlation	1	.532**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	100	100
Kebutuhan Berkhayal	Pearson Correlation	.532**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	100	100

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

Hasil pengujian dari hipotesis di atas dengan menggunakan *Pearson Corelation* dalam program SPSS versi 26 menunjukkan hasil koefisien korelasi sebesar 0,532 pada alpha (α) 1 & (0,001) atau dengan kepercayaan 99% dinyatakan *significant*. Bahwa *followers* dari akun twitter @LeeJeno_IDN mencari informasi terbaru untuk memenuhi kebutuhan berkhayal. Hal ini didukung oleh data nominal sebesar 96,8% di mana *followers* mencari informasi terbaru pada akun twitter @LeeJeno_IDN untuk maksud mendapat hiburan. Juga didukung oleh data nominal sebesar 91,1% di mana *followers* mencari informasi terbaru untuk mengisi waktu luang, dengan demikian hubungan antara pecarian informasi dengan kebutuhan berkhayal *followers* diterima (H1 diterima). [lihat gambar 4]



Diagram 4. Data Nominal Kebutuhan Berkhayal



E. KESIMPULAN

Berdasarkan dari rumusan masalah, identifikasi masalah, hipotesis, dan hasil penelitian yang telah dibahas sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara pencarian informasi mengenai Lee Jen0 dengan kebutuhan informasi kognitif, afektif, integrasi sosial, dan berkhayal yang dibutuhkan oleh *followers* pada akun twitter @LeeJeno_IDN. Hal ini juga diikuti dengan data yang telah dikumpulkan dengan cara pengujian menggunakan metode *Pearson Correlation* yang dibantu oleh program SPSS versi 26. Selain itu, akun twitter @LeeJeno_IDN memberikan pengaruh signifikan terhadap kebutuhan informasi *followers* mengenai Lee Jen0 dengan diikuti oleh isi pesan tweet yang sudah informatif untuk memenuhi pengetahuan pengikutnya serta informasi terbaru dan populer yang disebarakan secara cepat dan juga mudah dimengerti oleh *followers*.

Peneliti juga memiliki saran untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk bisa mencoba mengembangkan pertanyaan-pertanyaan yang sudah dibuat sebelumnya dari kebutuhan *Katz*, *Gurevitch*, dan *Haas*. Juga bisa mencoba menggunakan teori kebutuhan yang berbeda seperti teori dari *Wilson* yang menjelaskan mengenai kebutuhan informasi seseorang yang terdiri atas 3 konteks yaitu *cognitive needs*, *affective needs*, dan *physiological needs* supaya bisa membandingkan dengan hasil yang akan diteliti oleh peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Case, D. O. (2002). *Looking for information: a survey of research on information seeking, needs, and behavior*. London: Academic Press.
- Junaida, K. (2001). *Information needs and information seeking behaviour os student utilizing electronic resources at the library of uitm section 17, shah alam*. Faculty of Information Studies Universiti Teknologi MARA (UiTM), Malaysia.
- Mayfield, A. (2008). What is social media? *Icrossing*, 1–36. http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf
- Nurfadillah, M., & Ardiansah, A. (2021). Perilaku pencarian informasi mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan informasi sebelum dan saat pandemi covid-19. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 21. <https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.162.21-39>
- Prijana, Y. W, and Andri, Y. *Metode penelitian kuantitatif, ilmu perpustakaan dan informasi*. Bandung: Unpad Press, 2020.
- Putra, Y. M. (2015). Pengaruh penggunaan media sosial twitter terhadap pemenuhan kebutuhan informasi tugas akhir (Survei Terhadap Followers @ Ta _ Feb) the Effect of Social Media Twitter Usage To Fulfillment of Information Needs of Final Assignment (Survey To Followers of. *E-Proceeding of Management*, 2(1), 148–155.
- Rakhmat, J. (2012). *Metode penelitian komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.



- Ramdhani, B. A., Prijana, P., & Rodiah, S. (2017). Hubungan perilaku pencarian informasi dengan penggunaan *line* dakwah Islam. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 10(2), 227–242. <https://doi.org/10.29313/mediator.v10i2.2738>
- Riani, N. (2017). Model perilaku pencarian informasi guna memenuhi kebutuhan informasi (studi literatur). *Publication Library and Information Science*, 1(2), 14. <https://doi.org/10.24269/pls.v1i2.693>
- Sendjaja, S. (2007). *Teori komunikasi*. Universitas Terbuka.
- Solihin, F., Awaliyah, S., Muid, A., & Shofa, A. (2021). Pemanfaatan Twitter sebagai media penyebaran informasi oleh Dinas Komunikasi dan Informatika. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS)*, 1(13), 52–58. <http://e-journal.upr.ac.id/index.php/JPIPS>
- Triadanti. (2019). *Mengukur kekuatan ekonomi fans KPop Indonesia*. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raja-atau-cuma-modal-kuota?page=all>
- Webster, M. (2004). *Merriam Webster Dictionary*. Retrieved August 08, 2022, from [https://www.merriam-webster.com/dictionary/social media](https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20media)
- Widyastuti, I., Rachmawati, T. S., & Kurniasih, N. (2014). Kebutuhan informasi gaya hidup remaja tentang fashion di Sekolah Menengah Pertama Negeri 21 Bekasi. *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*, 2(2), 81. <https://doi.org/10.24198/jkip.v2i2.11642>
- Yakub. (2012). *Pengantar sistem informasi*. Graha Ilmu.