

## APLIKASI TEORI *USES AND GRATIFICATIONS* PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI INDONESIA

**R. Moch. Fakhri Arifin**

Program Pascasarjana Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia

Email: r.mochfakhri@ui.ac.id

### Abstrak

Perkembangan teknologi berkembang kian cepat, khususnya perkembangan pada bidang teknologi informasi dan komunikasi, hal ini tentunya ditandai dengan meningkatnya penggunaan media sosial khususnya Instagram. Media sosial Instagram memiliki kaitan yang erat dengan teori *uses and gratifications*, dimana pengguna Instagram tentunya memiliki alasan tersendiri mengapa menggunakan Instagram untuk memenuhi kebutuhan akan informasi. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana aplikasi dari teori *uses and gratifications* pada media sosial Instagram di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode eksploratif dengan pendekatan kualitatif, dimana penelitian mengumpulkan beberapa jurnal pilihan yang membahas mengenai teori *uses and gratifications* pada penggunaan Instagram di Indonesia fungsinya sebagai sumber informasi dan sarana penyebaran informasi.

**Kata Kunci:** Teori *Uses and Gratifications*, Media Sosial, Metode Eksploratif.

### Abstract

*Technological developments are growing faster, especially developments in the field of information and communication technology, this is of course marked by the increasing use of social media, especially Instagram. Instagram social media has a close relationship with the uses and gratifications theory, where Instagram users certainly have their own reasons for using Instagram to meet the need for information. For this reason, this study aims to find out how the application of the uses and gratifications theory on Instagram social media in Indonesia. This study uses an exploratory method with a qualitative approach, where the study collects several selected journals that discuss the uses and gratifications theory on the use of Instagram in Indonesia, its function as a source of information and a means of disseminating information.*

**Keywords:** *Uses and Gratifications Theory, Social Media, Explorative Methods.*

### Pendahuluan

Seiring berkembangnya zaman, teknologi dan dunia digital perlahan membar menjadi gaya hidup dalam kehidupan manusia. Hal ini tentu perlu diimbangi dengan pengetahuan yang mumpuni atau setidaknya mampu untuk berjalan beriringan dengan perkembangan teknologi dan dunia digital tersebut. Berkembangnya teknologi tidak luput dari media sebagai perantara atau sarana perkembangannya. Media adalah salah satu sumber informasi masyarakat, media dianggap memiliki pengaruh pada kehidupan manusia lewat informasi-informasi yang dihasilkannya. Dahulu manusia menerima berita melalui surat

kabar, radio, dan televisi. sumber berita dari ketiga media tersebut diolah para jurnalis dan disebarkan ke masyarakat, dan pastinya akan memberi dampak sedikit maupun banyak. Hal ini dibuktikan dengan munculnya teori-teori yang menjelaskan seberapa dahsyatnya dampak media kepada manusiabaik kognitif, afektif, maupun konatif.

Namun seiring berjalannya waktu dan perkembangan teknologi manusia menemukan sesuatu yang saat ini merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia yaitu internet. munculnya internet membentuk transisi media lama ke media baru. Bentuk dari media baru tidak hanya situs web, namun terdapat beberapa media sosial yang juga menjadi penyebar informasi saat ini, seperti Facebook, Instagram, Twitter dan Tiktok. Menurut (Rulli Nasrullah, 2017) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerjasama (*cooperation*).

Salah satu media sosial yang saat ini marak digunakan oleh seluruh kalangan masyarakat adalah Instagram. Instagram merupakan sebuah aplikasi media sosial yang memiliki fitur untuk dapat memotret, mengedit, dan menyebarkan foto ke pengguna lainnya. Pada instagram, pengguna dapat terhubung dengan pengguna lainnya dan juga dapat berinteraksi satu sama lain melalui kolom komentar pada unggahan dan juga *direct message*. Pada pertengahan Juni 2020, laman *Good News From Indonesia* merilis berita pengguna Instagram di Indonesia yang terus meroket pada periode Januari-Mei 2020 yang mencapai angka 69.2 juta pengguna. Peningkatan pengguna Instagram tidak terlepas dari imbas pandemi Covid-19 yang belum juga berakhir hingga saat ini. Pengguna Instagram di Indonesia didominasi oleh golongan usia produktif dengan rentang usia 18-34 tahun. Instagram sendiri merupakan sebuah aplikasi berbagi foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk Instagram itu sendiri.

Saat ini Instagram sendiri telah menjadi media yang menjanjikan untuk berbagai jenis akun, seperti akun informasi, berita, hiburan, kesehatan, online shop, dan ajang promosi. Bicara mengenai media sosial Instagram tentu erat kaitannya dengan teori *uses and gratification*. Teori *uses and gratifications* menunjukkan bahwa pengguna media adalah pihak yang memiliki peran aktif untuk dapat menentukan penggunaan dari media tersebut. Pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi, dalam hal ini pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya.

Terdapat beberapa jurnal terdahulu yang membahas mengenai aplikasi dari teori uses and gratifications pada media sosial Instagram. Jurnal yang pertama berjudul “Peran Media Sosial Instagram Terhadap Publikasi Hasil Fotografi UKM X-Flash”, menjelaskan mengenai peran media sosial Instagram terhadap publikasi hasil fotografi UKM X-Flash serta publikasi foto di Instagram yang mendukung kreativitas anggota. Sebuah jurnal berjudul “Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala”, yang menilai penggunaan media sosial Instagram dengan pencarian informasi mengenai kesehatan dalam rangka meningkatkan literasi kesehatan mahasiswa Universitas Syiah Kuala. Pada jurnal lain yang berjudul “Penggunaan Akun Instagram Indomusikgram dalam Pemenuhan Kebutuhan Hiburan”,

membahas mengenai gambaran umum, penggunaan, motif dan pemenuhan kebutuhan hiburan setelah menggunakan akun instagram Indomusikgram di kalangan mahasiswa Universitas Sumatera Utara.

Pada jurnal yang berjudul “Peran Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Politik (Studi Deskriptif Anggota DPR RI Pada Akun @Sartonohutomo)”, menganalisis tentang peran media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi politik anggota DPR RI pada akun Instagram @sartonohutomo. Dan yang terakhir pada jurnal yang berjudul “Penggunaan Akun Instagram sebagai Media Informasi Wisata Kuliner”, membahas mengenai penggunaan akun Instagram @kulinerbandung oleh pengikutnya sebagai sumber informasi kuliner yang berdasarkan respons kognitif, afektif dan behavioral menurut Steven M. Chaffee. Dari kelima jurnal terdahulu diatas, terdapat satu kesamaan yang mendasar, yaitu kelimanya dapat dianalisis menggunakan perspektif teori *uses and gratifications*. Dimana dapat dilihat bahwa manusia menggunakan Instagram dengan tujuan dan alasannya masing – masing guna mencapai kepuasan dalam penerimaan informasi, hal ini tentu sejalan dengan pengertian inti dari teori *uses and gratifications*, yakni mengatakan bahwa pengguna media adalah pihak yang memiliki peran aktif untuk dapat menentukan penggunaan dari media tersebut, guna mencapai kepuasan dalam penerimaan informasi. Berlandaskan penjelasan diatas, kemudian memunculkan pertanyaan menarik untuk dapat dilakukan pembahasan pada karya tulis ini, yaitu: “Bagaimana aplikasi teori *uses and gratifications* pada media sosial Instagram di Indonesia?”.

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan penelitian yang didasarkan pada ciri - ciri keilmuan, yang dilakukan dengan cara sistematis, menggunakan data empiris dan dipikirkan secara rasional (Sugiyono, 2017). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksploratif, dimana penelitian ini menggali lebih dalam mengenai bagaimana penerapan teori *uses and gratification* pada jurnal – jurnal terdahulu. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif didefinisikan sebagai pendekatan yang bertujuan untuk dapat memahami dan juga membahas setiap fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti halnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll secara *holistic*, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2014).

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder, yaitu berupa buku, jurnal, maupun laporan hasil penelitian terdahulu. Kriteria data sekunder yang digunakan pada penelitian ini yaitu berupa jurnal - jurnal ilmiah terdahulu yang memiliki tematik dan konsep yang serupa dengan tema yang dibahas pada penelitian ini. Teknik pengolahan data yang dilakukan dengan transkrip, mengkodekan terbuka, dan aksial dan selektif. Transkrip dan koding data dilakukan dengan cara *breakdown* terhadap jurnal – jurnal terpilih, setelah itu dilakukan analisis menggunakan teori *uses and gratifications*. Peneliti melakukan teknik analisis data secara naratif, dimana mengaitkan asumsi yang terdapat pada teori *uses and gratifications* dengan fenomena yang terdapat pada jurnal – jurnal terpilih.

**Tabel 1**  
**Temuan Penelitian**

Peneliti	Judul	Metode (Pendekatan)	Aplikasi Penggunaan Teori
(Djamilay & Dewi, 2020)	<b>“Peran Media Sosial Instagram Terhadap Publikasi Hasil Fotografi UKM X-Flash”</b>	Kualitatif	Pada jurnal ini teori <i>uses and gratificatios</i> telah diaplikasikan. Dimana dijelaskan bahwa Akun Instagram @xflashofficial memiliki berbagai peran yaitu sebagai media publikasi dan promosi yang digunakan untuk meningkatkan popularitas UKM X-Flash agar dapat lebih dikenal tidak hanya di dalam kampus namun juga di luar kampus. Sehingga komunitas akan lebih sering untuk di undang ke acara – acara luar kampus untuk meningkatkan penegetahuan masyarakat terhadap komunitas UKM X-Flash itu sendiri.
(Anisah, Sartika, & Kurniawan, 2021)	<b>“Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala”</b>	Kualitatif	Pada jurnal ini teori <i>uses and gratificatios</i> telah diaplikasikan. Dimana dijelaskan bahwa Mahasiswa S1 Universitas Syiah Kuala menggunakan media sosial Instagram dalam rangka memenuhi kebutuhan dalam memperoleh informasi mengenai kesehatan. Setelah menggunakan media sosial Instagram, terlihat tercapainya kepuasan yang diperoleh. Kepuasan ini terlihat dari terpenuhinya tujuan awal yang mendasari mahasiswa dalam memilih media yakni meningkatkan literasi mengenai topik kesehatan.
(Nadeak, 2020)	<b>“Penggunaan Akun Instagram Indomusikgram dalam Pemenuhan Kebutuhan Hiburan”</b>	Kuantitatif	Pada jurnal ini teori <i>uses and gratificatios</i> telah diaplikasikan. Dimana dijelaskan bahwa tujuan utama dari mahasiwa Universitas Sumatera Utara menggunakan akun Instagram Indomusikgram adalah untuk mengisi waktu luang, bersantai, melepaskan diri dari rutinitas, serta menyalurkan emosi. Dalam penelitian ditemukan bahwa sebanyak 46,4% responden menyatakan menggunakan akun Instagram Indomusikgram untuk mengisi waktu luang yang dimiliki. Setelah menggunakan akun Instagram

	<p>Indomusikgram mahasiswa Universitas Sumatera Utara merasa senang karena kebutuhan hiburannya terpenuhi. Hal ini dibuktikan bahwa sebanyak 64,6% responden mengatakan kebutuhan mereka terpenuhi serta merasa puas setelah menggunakan akun Instagram Indomusikgram.</p>
<p>Nizal Muhammad dan Amin Aminudin</p> <p><b>“Peran Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Politik (Studi Deskriptif Anggota DPR RI Pada Akun @SartonoHutomo)”</b></p> <p>Kualitatif</p>	<p>Pada jurnal ini teori <i>uses and gratifications</i> telah diaplikasikan. Dimana dijelaskan bahwa Peran Instagram dilihat dari lima kebutuhan media yaitu; kebutuhan kognitif ini dapat di lihat bahwa melalui Instagram masyarakat tidak ketinggalan informasi mengenai perpolitikan RI. Kedua kebutuhan afektif, Sartono Hutomo dapat dengan bebas memberikan informasi terkini. Ketiga, Akun Instagram @sartonoHutomo dapat dengan bebas membagikan identitas integritas personal mereka. Keempat, Sartono Hutomo dapat memenuhi kebutuhan integrasi sosial dengan masyarakat.</p>
<p>(Ayutiani &amp; Putri, 2018)</p> <p><b>“Penggunaan Akun Instagram sebagai Media Informasi Wisata Kuliner”</b></p> <p>Kualitatif</p>	<p>Pada jurnal ini teori <i>uses and gratifications</i> telah diaplikasikan. Dimana dijelaskan bahwa adalah terdapat perubahan dalam respons kognitif yaitu pengikut akun Instagram @kulinerbandung mendapatkan informasi dan manfaat yang didapatkan dari akun @kulinerbandung. Setelah mendapatkan informasi dan manfaat, pengikut juga mengalami respons afektif yaitu terdapat perubahan perasaan atau emosi setelah melihat postingan akun @kulinerbandung, setelah merasakan respons afektif, timbulan sebuah respons behavioral atau perilaku, yaitu adanya tindakan berwisata kuliner dan menyebarkan informasi kuliner tersebut ke orang lain.</p>

### Hasil dan Pembahasan

Seperti halnya yang telah dijabarkan pada tinjauan pustaka, teori *uses and gratifications* merupakan teori yang menunjukkan bahwa pada intinya yang menjadi pokok bahasan adalah bukan bagaimana media dapat mengubah sikap dan pribadi khalayak, namun bagaimana media dapat memenuhi kebutuhan pribadi dan sosialisasi khalayak. Jadi intinya

terdapat pada khalayak yang aktif, dan sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan tertentu (Effendy, 2013).

Merujuk pada jurnal pertama **“Peran Media Sosial Instagram Terhadap Publikasi Hasil Fotografi UKM X-Flash”** (Djamilay & Dewi, 2020), terdapat kaitan antara anggapan diatas dengan jurnal pertama, dimana alasan mahasiswa anggota UKM Fotografi X-Flash menggunakan Instagram sebagai sarana publikasi dan promosi komunitas adalah karena mereka memiliki kebutuhan akan popularitas komunitas, karena mereka ingin komunitasnya menjadi sesuatu yang besar dan dikenal tidak hanya pihak internal kampus melainkan juga pihak eksternal kampus. Merujuk pada jurnal Kedua **“Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala (Anisah et al., 2021)”**, terdapat kaitan antara anggapan diatas dengan jurnal kedua, yaitu dimana Instagram digunakan untuk memenuhi kebutuhan Mahasiswa Universitas Syiah Kuala dalam meningkatkan literasi mengenai kesehatan.

Merujuk pada jurnal ketiga **“Penggunaan Akun Instagram Indomusikgram dalam Pemenuhan Kebutuhan Hiburan (Nadeak, 2020)”**, terdapat kaitan antara anggapan diatas dengan jurnal ketiga yaitu dimana Mahasiswa Sumatera Utara menggunakan Instagram dan mengikuti akun Indomusikgram adalah untuk memenuhi kebutuhan akan hiburan dan musik. Merujuk pada jurnal keempat **“Peran Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Politik (Studi Deskriptif Anggota DPR RI Pada Akun @SartonoHutomo)”**, terdapat kaitan antara anggapan diatas dengan jurnal keempat, dimana Anggota DPR RI Sartono Hutomo dan tim menggunakan Instagram sebagai sarana komunikasi politik guna memenuhi kepuasan dalam menyampaikan informasi mengenai politik. Merujuk pada jurnal kelima **“Penggunaan Akun Instagram sebagai Media Informasi Wisata Kuliner (Ayutiani & Putri, 2018)”**, terdapat kaitan antara anggapan diatas dengan jurnal kelima yaitu, dimana keempat informan atau followers akun @kulinerbandung menggunakan Instagram sebagai sarana mendapatkan informasi mengenai kuliner dan wisata di Bandung.

Menurut Rakhmat (2004), terdapat lima asumsi utama dari teori *uses and gratifications*, antara lain;

- Khalayak berperan aktif dalam penggunaan media, dan dalam penggunaannya manusia diasumsikan memiliki tujuan.
- Dalam proses komunikasi massa, inisiatif yang ada cenderung berkaitan dengan pemuasan kebutuhan dan pemilihan media terletak pada anggota khalayak.
- Media massa berkompetisi dengan sumber-sumber lainnya untuk memuaskan kebutuhannya.
- Tujuan dari penggunaan media massa bisa dilihat melalui data yang disediakan oleh anggota khalayak.
- Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak. Dengan kata lain, pengguna media berusaha mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya.

Merujuk pada jurnal pertama **“Peran Media Sosial Instagram Terhadap Publikasi Hasil Fotografi UKM X-Flash (Djamilay & Dewi, 2020)”**, terdapat beberapa poin yang mencakup asumsi di atas;

- Mahasiswa anggota UKM X-Flash aktif menggunakan Instagram dan memilih Instagram sebagai sarana untuk publikasi dan promosi hasil fotografi untuk meningkatkan popularitas komunitas.
- Dipilihnya media sosial Instagram adalah sebagai pemuasan kebutuhan anggota terhadap hasil fotografi anggota agar dapat dilihat khalayak ramai.
- Media sosial Instagram dinilai sebagai sarana atau media yang tepat karena memiliki fitur – fitur yang unggul dan lengkap dibandingkan aplikasi lain terutama pada tampilan visualnya.
- Penggunaan Instagram sebagai media publikasi hasil fotografi dinilai mampu mendatangkan undangan untuk komunitas pada kegiatan diluar kampus atau dari pihak eksternal.
- Mahasiswa anggota UKM X-Flash percaya bahwa Instagram dapat menjadi sumber informasi yang dapat dipercaya.

Merujuk pada jurnal kedua **“Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala (Anisah et al., 2021)”**, terdapat beberapa poin yang mencakup asumsi di atas;

- Mahasiswa Universitas Syiah Kuala aktif menggunakan Instagram dan memilih Instagram sebagai sarana untuk meningkatkan literasi kesehatan.
- Dipilihnya media sosial Instagram adalah sebagai pemuasan kebutuhan mahasiswa dalam mendapatkan informasi dan meningkatkan literasi dalam bidang kesehatan.
- Berdasarkan data *We are Social: Digital 2020 Global Overview Report*, Indonesia menempati posisi keempat di dunia atau jumlah pengguna Instagram tertinggi di Asia. Disamping itu, pada media sosial Instagram penggunaanya terus terlibat dalam berbagi informasi, berinteraksi dan berkomunikasi dengan pengguna lain, serta berkolaborasi dan berbagi ide dan pendapat melalui postingan. Karena itu, Instagram memiliki potensi besar sebagai alat edukasi karena berbagai fitur yang tersedia. Sebagai contoh beberapa akun Instagram yang ditargetkan secara khusus untuk mengatasi masalah kesehatan, profesional kesehatan masyarakat dan lain-lain kepada pengguna.
- Dari konten informasi kesehatan yang sudah mahasiswa peroleh, ditemukan bahwa informasi kesehatan di akun Instagram telah membantu dan bermanfaat bagi kebutuhan terkait kesehatan mereka. Instagram terbukti mampu memenuhi kebutuhan mahasiswa mendapatkan akses informasi kesehatan yang dibutuhkan.
- Mahasiswa Universitas Syiah Kuala percaya bahwa Instagram dapat menjadi sumber informasi yang dapat dipercaya

Merujuk pada jurnal ketiga **“Penggunaan Akun Instagram Indomusikgram dalam Pemenuhan Kebutuhan Hiburan (Nadeak, 2020)”**, terdapat beberapa poin yang mencakup asumsi di atas;

- Mahasiswa Universitas Sumatera Utara aktif menggunakan Instagram dan menggunakan akun Instagram Indomusikgram untuk hiburan. Hal ini dapat dilihat dari frekuensi penggunaanya dimana 55,6% responden menggunakan akun Instagram Indomusikgram sebanyak 4 hingga 5 kali dalam seminggu.

- Penggunaan akun Instagram Indomusikgram adalah untuk memenuhi kebutuhan hiburan akan, melepaskan diri dari rutinitas, bersantai, mengisi waktu luang, maupun untuk menyalurkan emosi.
- Instagram dinilai sebagai media yang lengkap, mahasiswa USU menyukai fitur-fitur yang ada seperti foto atau video, *captions*, *like*, komentar, dan *insta story*.
- Pada penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram Indomusikgram sangat berperan bagi mahasiswa Universitas Sumatera Utara dalam memenuhi kebutuhan hiburan. Sebagian besar responden yakni sebanyak 64 orang (64,6%) mengatakan kebutuhan hiburan mereka terpenuhi saat menggunakan akun Instagram Indomusikgram. Responden merasa terhibur ketika menonton video-video musik yang ada pada akun Instagram Indomusikgram. Kemudian yang terakhir, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Sumatera Utara menyatakan mereka puas setelah menggunakan akun Instagram Indomusikgram karena akun tersebut dinilai dapat memenuhi kebutuhan hiburan dan juga memberikan kepuasan bagi mahasiswa Universitas Sumatera Utara.
- Mahasiswa Universitas Sumatera Utara percaya bahwa Instagram dapat menjadi sumber informasi yang dapat dipercaya.

Merujuk pada jurnal keempat **“Peran Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Politik (Studi Deskriptif Anggota DPR RI Pada Akun @SartonoHutomo)”**, terdapat beberapa poin yang mencakup asumsi di atas;

- Anggota DPR RI Sartono Hutomo dan tim aktif menggunakan Instagram sebagai sarana atau media komunikasi politik. Akun Instagram @SartonoHutomo yang memiliki keaktifan dalam memberikan informasi di media sosial Instagram sebanyak 1,919 ribu, dan memiliki 13,1 ribu pengikut di media sosial Instagram.
- Media sosial Instagram digunakan untuk pemuasan kebutuhan dalam menyebarkan informasi mengenai politik dan update kehidupan pribadi dari Santono Hutomo.
- Instagram memiliki fitur yang lengkap dan mudah untuk digunakan, disamping itu memiliki pengguna yang banyak. Menurut APJII (2017), Instagram merupakan salah satu situs media sosial yang terpopuler dengan jumlah pengguna terbanyak.
- Instagram digunakan sebagai sarana pemuasan kebutuhan akan menyebarkan informasi mengenai politik.
- Anggota DPR RI Sartono Hutomo dan tim percaya bahwa Instagram dapat menjadi sumber informasi yang dapat dipercaya.

Merujuk pada jurnal kelima **“Penggunaan Akun Instagram sebagai Media Informasi Wisata Kuliner (Ayutiani & Putri, 2018)”**, terdapat beberapa poin yang mencakup asumsi di atas;

- Pada penelitian tersebut dikatakan bahwa seluruh informan aktif menggunakan media sosial Instagram dan mengikuti akun Instagram @kulinerbandung sebagai sumber informasi mengenai kuliner di Bandung.
- Keempat informan menggunakan Instagram sebagai sarana untuk mendapatkan informasi tentang kuliner di kota Bandung melalui akun @kulinerbandung, dan mereka mengikuti akun ini dan menjadikan postingannya sebagai referensi dalam berwisata



kuliner.

- Instagram dinilai sebagai media yang tepat dalam mendapatkan informasi dibandingkan aplikasi media sosial lainnya.
- Pesan yang disampaikan oleh akun @kulinerbandung melalui postingannya yang menarik mulai dari foto dan *caption* adalah suatu daya tarik untuk pengikutnya, sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan dalam mendapatkan informasi kuliner di Bandung.
- Seluruh informan percaya bahwa Instagram dapat menjadi sumber informasi yang dapat dipercaya.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan berbagai jurnal sebelumnya yang dijadikan sebagai acuan dan referensi dari penelitian ini maka dapat dikatakan bahwa teori *uses and gratifications* memang telah diaplikasikan dan juga digunakan dalam penggunaan media sosial, khususnya Instagram. Dimana tentunya dari kelima jurnal yang telah dibreakdown dan juga dianalisis terlihat bahwa terdapat alasan tersendiri mengapa media sosial Instagram digunakan dan juga dijadikan sebagai sumber informasi dan juga sarana untuk menyebarkan informasi guna memenuhi kebutuhan pengguna. Hal ini tentunya sejalan dengan pengertian dari teori *uses and gratifications* itu sendiri yaitu dimana pengguna media merupakan pihak yang memiliki peran aktif untuk dapat menentukan penggunaan dari media tersebut. Pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi, dalam hal ini pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya.

Disamping itu peneliti juga menemukan bahwa dari berbagai jurnal pendahulu terlihat bahwa kelima asumsi dasar dari teori *uses and gratifications* yakni; khalayak dianggap aktif dan penggunaan media massa diasumsikan memiliki tujuan, dalam proses komunikasi massa, inisiatif lebih banyak berkaitan dengan pemuasan kebutuhan dan pemilihan media terletak pada anggota khalayak, media massa berkompetisi dengan sumber-sumber lainnya untuk memuaskan kebutuhannya, tujuan penggunaan media massa dapat disimpulkan dari data yang disediakan oleh anggota khalayak, penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak, telah terimplementasi didalam jurnal-jurnal acuan sebelumnya.

## BIBLIOGRAFI

- Anisah, Nur, Sartika, Maini, & Kurniawan, Hendra. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Pada Mahasiswa. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 4(2), 94–112. [Google Scholar](#)
- Ayutiani, Difa Nurhasna, & Putri, Berlian Primadani Satria. (2018). Penggunaan akun instagram sebagai media informasi wisata kuliner. *PROfesi Humas*, 3(1), 39–59. [Google Scholar](#)
- Djamilay, Marcy Adiningsih, & Dewi, Sulih Indra. (2020). Peran Media Sosial Instagram Terhadap Publikasi Hasil Fotografi Ukm X-Flash. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 9(2), 81–89. [Google Scholar](#)
- Effendy, Uchjana. (2013). *Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. (2014). Metode penelitian kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif. Cetakan Ke 36, Bandung*. [Google Scholar](#)
- Nadeak, Feby Febrina. (2020). *Penggunaan Akun Instagram Indomusikgram dalam Pemenuhan Kebutuhan Hiburan*. [Google Scholar](#)
- Rulli Nasrullah. (2017). *media sosial “perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi”* (nunik siti nurbaya, Ed.). Simbiosis Rekatama Media. [Google Scholar](#)
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. [Google Scholar](#)

---

### Copyright holder:

R. Moch. Fakhri Arifin (2022)

### First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

### This article is licensed under:

