

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi seperti saat ini, kontribusi dari suatu instansi pemerintah harus diberikan sepenuhnya untuk memenuhi kepuasan masyarakat terhadap instansi pemerintahan. Karena semakin hari maka semakin bertambahnya kebutuhan masyarakat akan layanan pemerintahan yang memiliki kualitas baik. Pelayanan yang dapat diberikan pemerintah salah satunya transparansi kegiatan dalam bentuk keterbukaan informasi. Keterbukaan informasi publik adalah bentuk pilar kebebasan berekspresi serta pilar demokrasi, *good governance* dan transparansi. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP) merupakan undang-undang yang memberikan jaminan kepada semua orang untuk memperoleh informasi publik.¹ Dengan kata lain sebuah lembaga maupun instansi yang memiliki kaitan dengan publik harus menyediakan pelayanan khusus untuk bagian informasi.

Humas memiliki fungsi timbal balik ke dalam maupun ke luar. Jika ke luar maka, Humas harus berusaha menumbuhkan sikap dan *image* yang baik terhadap seluruh sikap dan kebijakan organisasi ataupun lembaga nya. Sedangkan ke dalam, harus selalu mengidentifikasi, mengenali berbagai hal yang memicu timbulnya sikap dan gambaran tidak baik di kalangan publik sebelum menjalankan suatu tindakan maupun kebijakan.² Humas pemerintah dikatakan sebagai bentuk dari ujung tombak dalam menyampaikan program dan kinerja pemerintah. Selain itu, humas juga harus bisa menjadi sumber informasi, dan diharuskan memiliki

¹ Tiara Indah and Puji Haryanti, "Implementasi Kebijakan Keterbukaan Informasi Publik Pada Dinas Kominfo Kota Tasikmalaya," *Jurnal Komunikasi* 12, no. 2 (April 2018): 128.

² Suprawoto, *Government Public Relations: Perkembangan Dan Praktik Di Indonesia*, 1st ed. (Prenadamedia Group, 2018): 56.

kemampuan dalam menghadapi tantangan dan perubahan zaman yang sangat cepat termasuk ketika menghadapi perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi. Sebagaimana yang diungkapkan Rachmandi, humas pemerintah harus memberikan penerangan pada publik terkait kebijakan, langkah-langkah, dan tindakan pemerintah. Selain dari pada itu humas pemerintah juga harus menyediakan pelayanan untuk masyarakat berbentuk informasi yang akurat dan terpercaya.³ Humas memiliki arti yang penting terlebih di era globalisasi saat ini yaitu sebagai sumber informasi yang terpercaya.

Kemajuan teknologi di era saat ini bukan merupakan hal yang asing lagi untuk disebutkan karena pada dasarnya kehadiran internet yang semakin dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Berbagai revolusi tingkat dunia dipacu oleh hadirnya teknologi informasi yang komunitasnya mendapat dukungan dari teknologi telekomunikasi dan media teknologi yang ada pada kumpulan sistem teknologi komunikasi.⁴ Perubahan ini juga terjadi dalam dunia kerja humas dan membentuk Humas Era 4.0 yang mana pada era ini *Artificial Intelligent* (AI) dan era big data datang dan membuat humas diharuskan agar mampu mengelola big data dan memaksimalkan penggunaan teknologi informasi untuk mendapatkan peningkatan kualitas komunikasi dan layanan informasi yang dapat membuat para pemangku kepentingan merasa puas.⁵ Salah satu hasil dari perkembangan teknologi adalah sosial media, maraknya penggunaan sosial media secara tidak langsung juga dapat mempengaruhi sistem kerja dalam masyarakat pada era saat ini. Grunig menjelaskan bahwa hadirnya sosial media sudah mengubah pola pikir para praktisi dan melakukan berbagai

³ Novy Khusnul Khotimah, *Pemanfaatan Media Sosial Oleh Praktisi Humas*, 1st ed., 1 (Jejak Pustaka, 2021): 49.

⁴ Daryanto Setiawan, "Dampak Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Budaya," *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study (E-Journal)* 4, no. 1 (April 9, 2018): 62–72,

⁵ Vera Vlesia RS "Era Humas 4.0 Dan Teknologi Informasi | Portal Pemerintah Belitung Timur," <https://portal.beltim.go.id/2021/06/10/era-humas-4-0-dan-teknologi-informasi/>. (2022) (diakses pada 8 November 2022)

praktiknya serta menganggap bahwa hal tersebut adalah suatu bentuk kekuatan revolusioner pada bidang *public relations*.

Kementrian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi RI memiliki media online lain selain *platform* sosial media yaitu *website* kemendesa.go.id. Namun, menurut penelitian yang dilakukan oleh (Drina, Ahmad Zaki, & Puri, 2018) pemakaian dan akses terkait *website* kemendesa.go.id belum maksimal⁶. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti terkait media *online* lain yang dimiliki oleh Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi RI, penulis memilih media sosial instagram yang mendapatkan reaksi paling banyak dari masyarakat dibandingkan *website*.

Instagram merupakan aplikasi untuk membagikan foto yang membuat penggunanya bisa menerapkan filter digital serta *memposting* foto tersebut ke jejaring sosial lainnya. Tentu saja instagram juga menyediakan fitur untuk berbagi video tetapi durasi vidio yang di berikan terbatas.⁷ Menurut penelitian yang dilakukan oleh Puti Zahra & Riza Hernawati pada 2021 menunjukkan variabel penggunaan media sosial efektif dalam memenuhi variabel kebutuhan informasi. Hal itu dapat terjadi akibat mayoritas responden menyetujui dan juga sangat menyetujui tentang adanya sosial media instagram membantu para responden meraih informasi yang aktual seputar objek pencarian informasi.⁸ Penelitian yang dilakukan oleh Novita Olivia & Farid Rusdi pada Januari 2022 juga mengemukakan bahwa efektivitas penggunaan instagram berpengaruh signifikan dalam memenuhi kebutuhan informasi

⁶ Drina Intyaswati, Ahmad Zaki Abdullah, and Puri Bestari Mardani, "Penggunaan Situs Kemendesa.go.id sebagai Sumber Informasi Program Kemendesa: Studi Kasus di Kabupaten Bogor," *Jurnal Studi Komunikasi* 2, no. 3 (November 4, 2018)

⁷ Witanti Prihatiningsih, "Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja," *Communication* 8, no. 1 (April 1, 2017)

⁸ Difa Aurellia Belatrix Putri Sarasak and Lusya Savitri Setyo Utami, "Efektivitas Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @panncafe Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar K-Pop," *Prologia* 5, no. 2 (Oktober 2021)

dari masyarakat. Teori kepuasan dan penggunaan telah diuji dan terbukti bahwa akun instagram ini dipilih oleh masyarakat sebagai media untuk memenuhi informasinya.⁹ Hasil dari beberapa penelitian menjelaskan bahwa penggunaan akun instagram efektif untuk memenuhi kebutuhan informasi publik

Kepuasan terhadap informasi merupakan kondisi yang mana keinginan, harapan dan kebutuhan informasi kepada publik dapat terpenuhi. Informasi itu sendiri dapat dikatakan memuaskan apabila layanan yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan informasi sesuai keinginan. Apabila seseorang merasa tidak terdapat kecocokan terhadap informasi maka informasi yang didapat selanjutnya bisa disimpulkan tidak efektif. Menurut Guha kebutuhan informasi memiliki empat jenis yakni, Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir, Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin, Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam, dan Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas. Menurut riset yang dilakukan oleh Endang Fatmawati pada 2018 kebutuhan informasi mutakhir yang dibutuhkan tidak untuk mendapatkan jawaban dari sebuah pertanyaan dengan spesifik namun, informasi yang didapat bisa dipergunakan hanya untuk mendapatkan deskripsi hanya secara umum, kemudian kebutuhan informasi rutin merupakan informasi yang berguna untuk sehari-hari bersifat spesifik dan relatif cepat, selanjutnya kebutuhan informasi mendalam yakni informasi yang mengakibatkan ketergantungan biasanya bersifat relevan, spesifik dan lengkap, dan terakhir kebutuhan informasi ringkas/sekilas biasanya berisi perkembangan akhir sebuah subjek dan hal lainnya yang bersifat relevan.¹⁰

⁹ Novita Olivia and Farid Rusdi, "Efektivitas Penggunaan Media Sosial @Kemendagri Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Publik (Survei Pada Pengikut Akun Instagram @Kemendagri)," *Kiwari* 1, no. 1 (March 1, 2022)

¹⁰ Endang Fatmawati, "Kebutuhan Informasi Pemustaka Dalam Teori Dan Praktek," Perpustakaan FEB Universitas Diponegoro, 2018

Tuntutan kebutuhan informasi terkait pembangunan desa oleh masyarakat cukup tinggi mengikuti perkembangan teknologi yang sangat pesat. Oleh karena itu, sangat dibutuhkan kecepatan dalam penyebarluasan informasi yang seharusnya efektif. Biro Humas Kementerian Desa, Pembangunan Daerah dan Transmigrasi RI menggunakan berbagai *platform* sosial media dan salah satunya adalah instagram yaitu @kemendespdtt. Menurut Hidayat efektivitas ialah suatu ukuran yang mana menyatakan seberapa jauhnya target (kualitas, kuantitas dan waktu) sudah tercapai. Teori efektivitas komunikasi menurut Andre Hardjana memiliki kaitan dengan seberapa besar dampak kegiatan penyebaran informasi dan dapat diukur dengan enam kriteria yaitu penerima komunikasi, isi pesan, ketepatan waktu, media, format pesan dan sumber.¹¹ Dalam penelitian yang dilakukan oleh Andi Irfadillah pada 2021 menjelaskan efektivitas komunikasi merupakan bentuk proses dari penyampaian pesan yang memiliki tujuan untuk mencapai isi pesan tersebut dan dapat menimbulkan pengaruh atau efek, apabila komunikasi berjalan dengan lancar maka pesan tersebut dapat efektif.¹²

Menurut riset yang ditulis oleh Faridz Alfansa Bhaskara pada 2020 lalu menunjukkan bahwa 98% dari semua responden mengakses instagram untuk melihat perkembangan informasi melalui orang terdekat, dan juga mencari informasi.¹³ Artinya memang sudah menjadi karakteristik dari media sosial termasuk instagram pengguna nya tidak bisa dibatasi sehingga siapa saja bisa mengaksesnya. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti diketahui bahwa @kemendespdtt mengupload berbagai

¹¹ Andre Hardjana, *Audit komunikasi : teori dan praktek* (Jakarta : Grasindo, 2000): 121.

¹² Andi Irfadillah, "Efektivitas Komunikasi Terhadap Pelayanan Kartu Tanda Penduduk Pada Kantor Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bulukumba," Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021.

¹³ Faridz Alfansa Bhaskara et al., *Media dan Perkembangan Budaya* (Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligencia Media (Intrans Publishing Group), (2020)

informasi dua sampai tiga kali dalam satu minggu baik melalui feed instagram maupun fitur story instagram.



Gambar 1.1

Postingan akun instagram @kemendespdtt

Sumber : https://www.instagram.com/kemendespdtt/similar_accounts/ Diakses pada tanggal 29 Oktober 2022 pukul 10.16

Seperti pada gambar 1.1 akun @kemendespdtt hampir setiap harinya mengunggah informasi. Dari banyaknya postingan instagram @kemendespdtt tercatat 3.147 postingan, sebagian besar dari postingan informasi terkait dengan penyelenggaraan Konferensi Tingkat Tinggi G20, kegiatan yang dilaksanakan menteri desa, hari peringatan, dan juga berita terkini. Berdasarkan pengamatan peneliti unggahan terkait kegiatan yang dikerjakan terkadang tidak membutuhkan lebih dari satu hari untuk diunggah melalui akun instagram @kemendespdtt. Tidak hanya kegiatan pemimpin kementerian desa namun juga berita dan juga himbuan berupa infografis. Pada halaman profil juga terdapat format *contact*, *highlight* serta tersedia akses *link* untuk mengunjungi langsung *website* yang dimiliki oleh Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi.

Setelah mengamati *postingan* dari akun @kemendespdtt peneliti menyimpulkan bahwa sasaran dari informasi yang diberikan oleh

Kementerian Desa, Pembangunan Daerah dan Transmigrasi RI melalui akun instagram nya adalah untuk seluruh masyarakat terutama yang berada di desa baik desa swasembada (desa maju), desa swakarya (desa yang cukup maju), desa swadaya (desa berkembang), dan juga desa tradisional (desa tertinggal). Berdasarkan data APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 143,26 juta atau sekiranya 85% dari populasi, maka dari itu berarti masih terdapat 45% sisanya yaitu sekiranya 117 juta masyarakat yang belum tersentuh internet. Pemerintah pun belum pasti mengetahui lokasi dari 117 juta penduduk yang belum mengakses internet ini berasal dari wilayah 3T (tertinggal, terdepan dan terluar) atau bahkan juga berasal dari wilayah diluar zona 3T tersebut.¹⁴ Namun, berdasarkan riset yang telah diteliti oleh Deksa Imam, Delviaga, Liana, Rahmah dan Mahidin pada tahun 2022 setelah dilakukan wawancara bersama beberapa narasumber diketahui bahwa akses internet yang ada di salah satu desa daerah tertinggal itu dikatakan masih rendah dan juga tidak stabil bahkan terkadang tidak lancar. Hal tersebut berlangsung sejak dulu karena jaringan internet yang berada di daerah tersebut sulit diakses.¹⁵ Artinya hal tersebut menunjukkan bahwa akses internet dan akses informasi di kebanyakan desa terutama desa tertinggal masih terbatas dan membuat masyarakat di daerah tersebut masih berpotensi kekurangan informasi terkait pembangunan desa yang mana menjadi salah satu tugas dari Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini akan mengukur seberapa efektif akun instagram @kemendespdtt untuk menjadi pilihan yang tepat diantara serangkaian alternatif dalam memenuhi kebutuhan

¹⁴ PDSI KOMINFO “Belum Tersentuh Meski Tak Terpencil,” Website Resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, http://content/detail/13518/belum-tersentuh-meski-tak-terpencil/0/sorotan_media. (2018) (diakses pada 19 November 2022)

¹⁵ Deksa Imam Suhada et al., “Analisis Keterbatasan Akses Jaringan Internet Terkait Pembelajaran Daring Selama Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Desa Talun Kondot, Kec. Panombeian Panei, Kab. Simalungun,” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 6, no. 1 (2022)

masyarakat akan informasi terutama pada masyarakat yang tinggal di daerah tertinggal dan minim terhadap akses internet. Selain itu penelitian ini juga akan menjelaskan sasaran Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi dalam menyebarkan informasi yang dipublikasikan melalui instagram @kemendespdtt.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diperoleh rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut :

Seberapa besar efektivitas dari penggunaan media sosial instagram @kemendespdtt oleh Biro Humas Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi dalam upaya nya memenuhi kebutuhan informasi publik terkait kegiatan yang dilaksanakan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengukur seberapa efektif dari penggunaan media sosial instagram @kemendespdtt oleh Biro Humas Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi dalam upaya memenuhi kebutuhan informasi publik terkait kegiatan yang dilaksanakan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan memberi manfaat secara akademis, maupun secara praktis sebagai berikut :

a. Manfaat Akademis

- Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih dalam pengembangan ilmu komunikasi khususnya tentang efektivitas media sosial dalam memenuhi kebutuhan informasi publik.

- Menjadi literatur dan bahan kajian bagi masyarakat mengenai efektivitas media sosial dalam memenuhi kebutuhan informasi publik.

b. Manfaat Praktis

- Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan masukan kepada Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi RI terkait penggunaan media sosial dalam memenuhi kebutuhan informasi publik.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian pendekatan kuantitatif yaitu sebuah pendekatan penelitian yang dibentuk dari filsafat positivisme. Positivisme merupakan sebuah ajaran filsafat yang tidak menerima unsur metafisik dan teologik dari realitas sosial. Paradigma ini juga disebut dengan paradigma *traditional*, *Experimental*, atau *empiris*. Pada penelitian kuantitatif dipercayai bahwa hanya satu pengetahuan yang absah ialah ilmu sains, yakni pengetahuan yang diawali dan berdasarkan pada pengalaman dan juga tertangkap melalui panca indera untuk selanjutnya diolah oleh nalar.¹⁶ Bisa diartikan bahwa menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti merupakan suatu bentuk dari pola pikir. Oleh karena itu paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu paradigma sederhana. Dimana dalam paradigma sederhana dapat dihubungkan antara variabel X dan variabel Y, atau sebuah gambaran bahwa variabel independen (X) diposisikan sebagai faktor yang akan mempengaruhi variabel dependen (Y).

¹⁶ Laeli Nur Azizah "Apa Itu Paradigma Penelitian Beserta Jenis dan Terminologinya," *Gramedia Literasi* (blog), <https://www.gramedia.com/literasi/paradigma-penelitian/>. (2022) (diakses pada 9 November 2022)

1.5.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional untuk mengukur pengaruh antara dua variabel atau lebih adanya hubungan dan tingkat variable ini penting karena dengan mengetahui tingkat hubungan yang ada, peneliti akan dapat mengembangkan sesuai dengan tujuan penelitian.¹⁷ Dalam penelitian ini metode riset yang digunakan adalah metode *survei*. Penelitian dengan metode *survei* adalah penelitian yang diarahkan pada populasi besar atau kecil, namun informasi yang dipertimbangkan adalah informasi dari tes yang diambil dari populasi tersebut¹⁸. Alasan peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional karena mempertimbangkan sifat-sifat penelitian kuantitatif yang mana memiliki beberapa faktor yakni, kejelasan unsur, kejelasan desain penelitian, dapat menggunakan sampel, dan analisis dilakukan setelah data terkumpul. Sedangkan metode *survei* digunakan untuk kelengkapan data karena penelitian ini memiliki populasi yang cukup besar, dengan adanya data dan informasi yang diambil melalui *survei* maka data akan menjadi lebih lengkap.

1.6 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan orang yang menjadi subjek penelitian atau orang yang karakteristiknya hendak diteliti. Orang yang menjadi subjek penelitian disebut *unit* penelitian atau satuan pengamatan dan banyaknya orang yang menjadi subjek penelitian disebut ukuran populasi.¹⁹ Di dalam bukunya Sugiyono menjelaskan bahwa populasi dapat diartikan sebagai bidang spekulasi yang terdiri dari artikel/mata pelajaran yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditentukan.

¹⁷ Sugiyono Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D)* (Bandung : Alfabeta, 2013): 43.

¹⁸ Riduwan, Akdor, and Buchari Alma, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan Dan Peneliti Pemula*, 6th ed., 11 (Bandung : Alfabeta, 2019): 31.

¹⁹ Eddy Roflin, Iche Andriyani Liberty, and Pariyana, *Populasi, Sampel, Variabel dalam Penelitian Kedokteran* (Penerbit NEM, 2021): 53.

Jadi populasi bukan hanya manusia tetapi juga objek dan benda benda alam lainnya. Subyek dalam istilah populasi ini yaitu jika yang diteliti berkaitan dengan orang, karena orang inilah yang akan dijadikan sebagai sumber informasi atau sumber dalam memperoleh data melalui alat pengumpulan data.²⁰ Penelitian ini akan meneliti tentang efektivitas penggunaan sosial media Instagram @kemendespdtt sebagai media kehumasan Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi dalam memaparkan berita kepada khalayak. Maka Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* dari *official account* instagram @kemendespdtt. Penyusunan Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP) merupakan salah satu rangkaian kegiatan yang harus dilakukan setiap tahun dan merupakan salah satu bentuk evaluasi semua rangkaian yang telah dilakukan selama satu tahun.²¹ Oleh karena itu, peneliti menetapkan periode pemilihan jumlah followers pada awal tahun dimana instansi pemerintah termasuk Kementrian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi RI kembali memulai laporan kegiatan dan sudah memiliki program kerja yang siap untuk disosialisasikan. Maka dari itu penyebaran kuesioner dilakukan pada periode bulan maret-april dengan total *followers official* instagram @kemedespdtt pada periode bulan maret-april sejumlah 352.000 followers.

²⁰ Tarjo, Metode Penelitian Sistem 3x Baca (Deepublish, 2019): 97.

²¹ Junius Pascana "Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah," Badan Kepegawaian dan Pengembangan SDM Daerah, June 5, (2017), <https://bkpsdmd.babelprov.go.id/content/laporan-akuntabilitas-kinerja-instansi-pemerintah>. diakses pada 21 Mei 2023 Pukul 14.49



Gambar 1.2 Official Account Instagram @kemendespdtt

Sumber : <https://instagram.com/kemendespdtt>

Diakses pada tanggal 10 April 2023 pukul 14.28

1.6.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan gejala yang telah diteliti atau diamati.²² Dalam penelitian kuantitatif terdapat teknik *simple random sampling* yang mana anggota-anggota dari populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel.

Salah satu metode yang dapat digunakan dalam menghitung jumlah dari sampel yaitu menggunakan rumus Slovin.

$$\text{Rumus Slovin} : n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{352000}{1+(352000 \times 10\%^2)}$$

$$n = \frac{352000}{1+(352000 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{352000}{1+3520}$$

²² Eko Sudarmanto et al., *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif* (Yayasan Kita Menulis, 2021): 78.

$$n = \frac{352000}{3521}$$

$$n = 99,9$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus, didapatkan 99,971 dibulatkan menjadi 100 orang responden.

1.6.3 Teknik Penarikan Sampel

Rumus Slovin adalah sebuah rumus atau formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti.²³ Alasan peneliti menggunakan teknik Slovin adalah untuk menemukan jumlah minimum sampel karena populasi sudah diketahui memiliki jumlah yang besar. Rumus slovin digunakan dalam penelitian ini juga karena jumlah proporsi dari populasi tidak diketahui.

$$\text{Rumus Slovin : } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Nilai besaran kesalahan (*margin error*), yaitu kesalahan yang dapat ditoleransi dalam *level of confidence tertentu*. Sesuai standar penelitian yang telah ada dipergunakan perhitungan tingkat error menurut peneliti adalah 10%

1.7 Teknik Pengumpulan Data

1.7.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan seperti menyebarkan kuesioner. Kuesioner adalah suatu alat

²³ Aloysius Rangga Aditya Nalendra et al., *Statistika Seri Dasar Dengan SPSS (Media Sains Indonesia, 2021)*: 93.

pengumpulan data berbentuk pernyataan atau pertanyaan yang kemudian diisi oleh responden. Kuesioner biasanya digunakan dengan alasan untuk mengukur variabel secara faktual, dan untuk memperoleh informasi yang relevan.²⁴ Kuesioner sendiri biasa disebar dengan menggunakan berbagai cara yakni, melalui daring/online seperti memanfaatkan *google form* dari google atau dapat juga melalui *SurveyMonkey.com*, melalui POS, secara langsung melalui tatap muka, dan dapat juga melalui telepon. Pada penelitian ini jenis kuesioner yang dipergunakan yaitu angket tertutup, karena penelitian ini ditujukan untuk mengetahui efektivitas dari penggunaan media sosial instagram @kemendespdtt oleh Biro Humas Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi dalam upaya memenuhi kebutuhan informasi publik angket akan disebar kepada responden pengguna Instagram followers @kemendespdtt. Cara menyebarkan kuesioner ini sendiri yakni dengan memanfaatkan fitur *google form* secara daring kepada para followers @kemendespdtt. Kuesioner disebar melalui *Direct Message* atau pesan langsung di masing-masing akun instagram *followers @kemendespdtt*. Peneliti menghubungi sebanyak 137 pengikut instagram @kemendespdtt melalui DM kemudian hanya mendapatkan respon dari 121 pengikut. Setelah mendapat respon peneliti memohon bantuan kesediaan dari para *followers* untuk mengisi kuesioner penelitian yang sedang dilakukan. Kemudian sebanyak 106 *followers* akun instagram @kemendespdtt mengatakan bahwa mereka bersedia untuk mengisi kuesioner tersebut, peneliti langsung membagikan *link google form* kepada 106 *followers*. Namun, penelitian ini hanya membutuhkan 100 responden sesuai dengan perhitungan dari teknik penarikan sampel. Maka dari itu peneliti berhenti menerima jawaban dari para *followers* ketika sudah terkumpul sebanyak 100 jawaban.

²⁴ Djaali and Pudji Muljono, Pengukuran Dlm Bid Pendidikan (Grasindo, n.d.), 64

1.7.2 Data Sekunder

Berbanding terbalik dengan data primer, data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung. Data ini termasuk data pengampu bagi data yang diperoleh secara langsung yaitu data primer. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan buku, hasil penelitian sebelumnya, dan informasi dari berbagai literatur untuk memperoleh data tersebut.

1.7.3 Variabel Penelitian

Variabel dalam sebuah penelitian pada dasarnya merupakan keseluruhan yang memiliki bentuk apa saja dan kemudian ditetapkan oleh peneliti agar dapat dipelajari hingga memperoleh informasi terkait hal tersebut, lalu ditarik kesimpulan. Dalam kajian teoritis variabel bisa diartikan sebagai karakter manusia atau objek yang memiliki keberagaman antara satu dengan yang lainnya.²⁵ Dapat diketahui bahwa variabel independen (X) pada penelitian ini yakni efektivitas penggunaan media sosial@kemendespdtt sedangkan variabel dependen (Y) disini adalah pemenuhan kebutuhan informasi publik.

Terdapat beberapa indikator berdasarkan variabel (X) sesuai dengan teori efektivitas komunikasi yaitu :

- Penerima pesan
Penerima pesan akan dikatakan efektif apabila penerima pesan tersebut sesuai dengan sasaran yang tuju oleh suatu media
- Isi Pesan
Sebuah isi pesan memiliki sifat yang diharapkan dari suatu media dapat efektif yang mana isi pesan harus sesuai fakta, akurat, dan lengkap
- Media

²⁵ Sudaryono, Metode Penelitian Pendidikan (Prenada Media, 2016), 19.

Media media merupakan penunjang komunikasi oleh karena itu pemilihan media yang memiliki kredibilitas tinggi akan sangat berpengaruh

➤ Ketepatan Waktu

Ketepatan waktu artinya pesan yang disampaikan kepada penerima pesan harus tepat pada waktunya

➤ Sumber

Sumber disini artinya terkait kredibilitas sumber pesan tersebut.

➤ Format Pesan

Sebuah format pesan memiliki sifat yang diharapkan dari suatu media dapat efektif .

Terdapat juga beberapa indikator berdasarkan variabel (Y) sesuai dengan teori kebutuhan informasi yakni :

➤ *Current need approach*

Kebutuhan akan informasi terbaru

➤ *Everyday need approach*

Kebutuhan informasi rutin dalam memenuhi kebutuhan pengguna

➤ *Exhaustive need approach*

Pendekatan ini mengisyaratkan terdapat suatu ketergantungan terhadap informasi dari pengguna

➤ *Catching up need approach*

Kebutuhan ini artinya seseorang membutuhkan informasi yang hanya sekilas saja

1.7.4 Alat Ukur

Alat ukur merupakan sebuah media yang digunakan untuk mengukur sebuah fenomena mengumpulkan data yang berkaitan dengan

topik penelitian. Pada penelitian ini data yang diperoleh melalui kuesioner tertutup akan diubah menjadi bentuk persentase dengan rumus

$$r = \frac{f_i}{\sum f_i} \times 100\%$$

Keterangan :

r : persentase responden dari kategori tertentu

f_i : Jumlah responden dari kategori tertentu

$\sum f_i$: Jumlah responden

Setelah mendapatkan skor dari jawaban responden melalui pernyataan-pernyataan yang diberikan skor tersebut akan diberi bobot. Caranya adalah dengan menghitung semua hasil perkalian dari nilai per bobot kemudian akan dibagikan dengan jumlah frekuensinya. Kemudian akan digunakan skala penilaian untuk mengkategorikan tanggapan responden dari skala 1-5 mulai dari yang memiliki partisipasi paling rendah sampai ke posisi paling tinggi. Setelah itu akan dihitung dengan rumus

$$R_s = \frac{R(b)}{M}$$

Keterangan :

R_s : Rentan Skala

$R(b)$: Bobot yang paling besar – bobot yang paling kecil

M : Jumlah keseluruhan dari kategori bobot

Penelitian ini menggunakan skala Likert yang memiliki rentan skala 1 hingga 5, oleh karena itu rentan skala yang didapat adalah

$$R_s = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Sehingga posisi keputusannya menjadi

STE = Sangat Tidak Efektif (dalam skala 1,0 - 1,8)

TE = Tidak Efektif (dalam skala 1,8 – 2,6)

CE = Cukup Efektif (dalam skala 2,6 – 3,4)

E = Efektif (dalam skala 3,4 – 4,2)

SE = Sangat Efektif (dalam skala 4,2 – 5,0)

Tabel 1.1 Analisis Variabel Efektivitas Komunikasi

Indikator	Deskriptor
Penerima pesan	Seluruh <i>followers</i> akun instagram @kemendespdtt dan <i>followers</i> yang memberikan like dan komen pada postingan
Isi pesan	Kejelasan informasi seputar kegiatan Kementerian Desa dan isi konten yang bermanfaat
Media	Akun instagram @kemendespdtt sebagai media <i>online</i> pilihan untuk mendapatkan informasi
Ketepatan waktu	Akun instagram @kemendespdtt tepat waktu dalam memberikan informasi yang dibutuhkan <i>followers</i> dan informasi yang diberikan dapat diakses dengan cepat
Sumber	Sumber informasi jelas dan dapat dipertanggung jawabkan
Format pesan	<i>Followers</i> @kemendespdtt mudah memahami informasi karna isi pesan memiliki format yang sederhana dan informasi yang <i>diposting</i> dalam akun

	instagram menarik
--	-------------------

Tabel 1.2 Analisis Variabel Kebutuhan Informasi

Indikator	Deskriptor
Current need approach	Isi konten dalam akun @kemendespdtt <i>up to date</i> dan informatif
Everyday need approach	Akun instagram @kemendespdtt rutin <i>memposting</i> informasi
Exhaustive need approach	Isi konten dalam akun @kemendespdtt yang lebih detail dan mendalam
Catching up need approach	Akun @kemendespdtt juga memberikan informasi yang singkat namun jelas

1.7.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

- Uji Validitas yaitu derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Maka dari itu data yang valid ialah “data yang tidak berbeda” diantara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian.²⁶ Valid ataupun tidaknya indikator dapat ditentukan dari sini, validitas diperoleh dengan menggunakan instrumen dari pengambilan data yang telah memenuhi persyaratan yaitu valid dan reliabel. Menurut (Kriyantono) dalam bukunya menjelaskan penggunaan *software* SPSS, dapat diuraikan dengan metode korelasi *product moment*. Metode statistik ini biasa dipakai guna memahami koefisien korelasi ataupun kelebihan derajat

²⁶ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan : (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D): 267.

hubungan serta dapat menunjukkan adanya hipotesis hubungan antar variabel dengan integer lainnya. Teknik tersebut dipergunakan tanpa melihat apakah variabel tersebut memiliki keterkaitan dengan variabel lainnya atau tidak terlebih lagi, dapat menunjukkan adanya hubungan spekulasi antara variabel dengan bilangan bulat yang berbeda. Prosedur ini digunakan apakah variabel terhubung dengan faktor yang berbeda atau tidak

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keteranganu:

r_{xy} : Koefisien Y Korelasi antara item dengan total

n : Jumlah Individu Dalam Sampel

x : Angka mentah untuk variabel X

y : Angka mentah untuk untuk variabel Y

- Uji Reliabilitas memiliki konsep yaitu sejauh mana hasil suatu pengukuran yang digunakan bersifat tetap terpercaya serta terbebas dari galat pengukuran (*measurement error*). Sedangkan uji reliabilitas instrumen untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat tangguh.²⁷ Uji reliabilitas ini lebih efektif apabila dilakukan masing masing. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan program SPSS. Jika daftar variabel bernilai >0,60 maka daftar tersebut bisa dikatakan reliabel. Pengujian reliabilitas kuesioner pada penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha* (α).

²⁷ Budi Darma, Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2) (GUEPEDIA, n.d.): 88.

1.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah kaidah dalam mengolah data yang sudah didapatkan dari lapangan. Hasil analisis data itu sendiri merupakan jawaban atas pertanyaan dari rumusan masalah. Karena peneliti disini melakukan penelitian kuantitatif maka teknik analisis data harus disesuaikan dengan jenis penelitiannya. Teknik analisis data juga merupakan suatu langkah yang paling menentukan dari suatu penelitian dimana teknik analisis data dapat menyimpulkan hasil penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan Teknik Analisis Inferensial karena penelitian ini mengambil sampel dari populasi yang cukup luas, oleh karena itu peneliti memilih teknik analisis data ini agar membuat kesimpulan dari hasil penelitian.

1.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu pernyataan tentang karakteristik populasi, yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang telah dirumuskan dalam suatu penelitian. Namun, kebenaran suatu hipotesis masih harus diuji dengan menggunakan data empirik yang diperoleh dari sampel.²⁸

Dalam penelitian ini terdapat Hipotesis Alternatif (H_a) dan Hipotesis Nol (H_0)

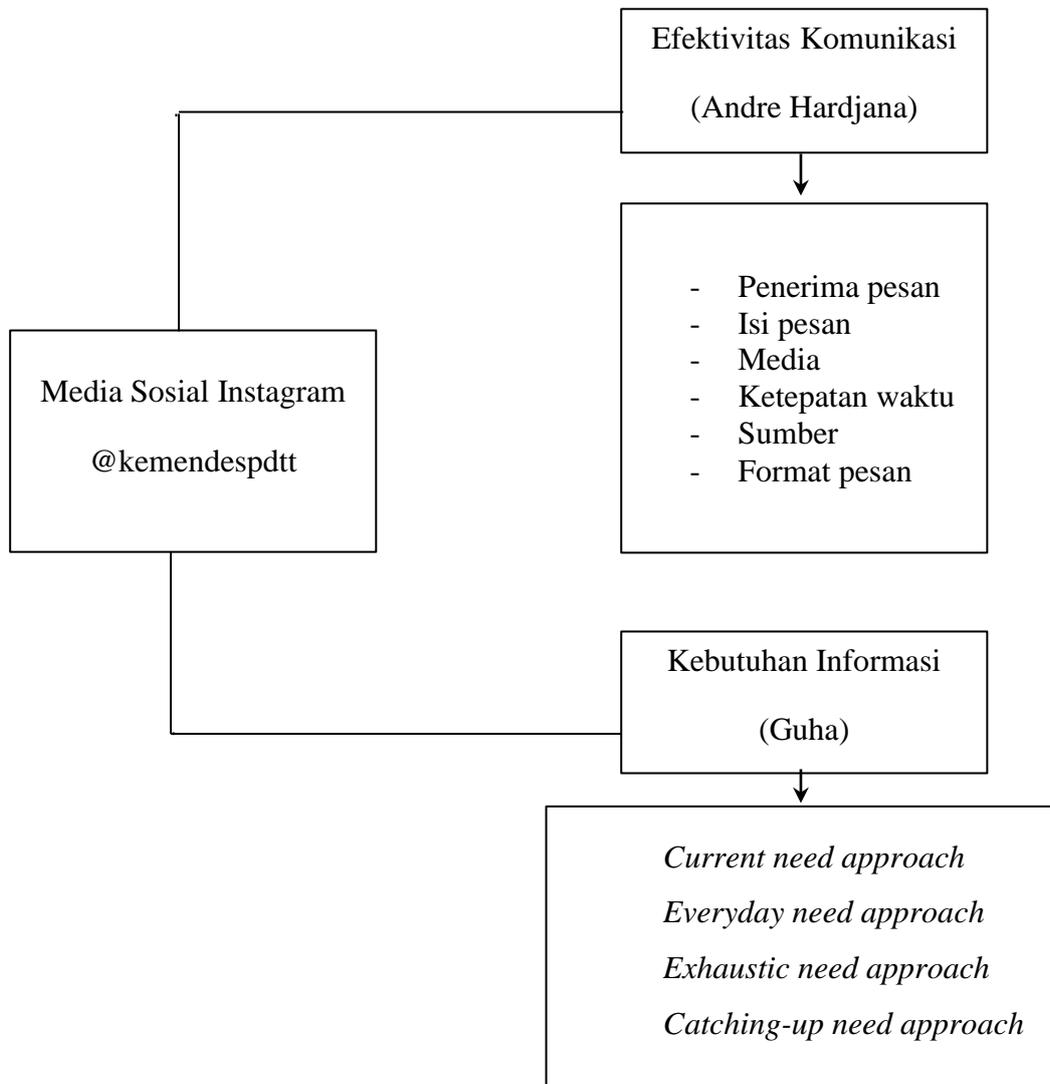
H_a : Penggunaan instagram @kemendespdtt **efektif** dalam memenuhi kebutuhan informasi publik

H_0 : Penggunaan instagram @kemendespdtt **tidak efektif** dalam memenuhi kebutuhan informasi publik

²⁸ Djaali, Metodologi Penelitian Kuantitatif (Bumi Aksara, 2021), 19.

1.10 Kerangka Konsep, Definisi Konsep dan Definisi Operasional

1.10.1 Kerangka Konsep



1.10.2 Definisi Konsep

Konsep merupakan istilah untuk mendeskripsikan secara benar tentang fenomena yang ingin diteliti. Secara sederhana seperti istilah badan sebagai sebuah konsep.²⁹ Definisi konseptual sendiri dapat memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep secara langsung. Teori efektivitas menurut Andre Hardjana dan Teori kebutuhan informasi menurut Guha merupakan 2 teori yang digunakan dalam penelitian ini.

a. Efektivitas Komunikasi

Komunikasi efektif terutama komunikasi publik selalu mengutamakan pendapat dari *audiens*. Informasi yang sangat mendasar wajib didapatkan terkait audiens ialah kondisi geografis mereka. Hal itu sesuai dengan wawasan umum dalam berkomunikasi, yakni komunikasi yang efektif itu berdasarkan kemampuan komunikasi mengenal khalayaknya. Apabila komunikasi mengenal khalayaknya maka komunikasi pasti berfokus untuk membuat perencanaan isi dan format pesan yang akan disampaikan, media yang akan dipergunakan dan lain lain.³⁰ Dalam bukunya Andre Hardjana menjelaskan efektivitas komunikasi dapat diukur dengan enam kriteria yakni³¹ :

➤ Penerima pesan

Penerima pesan merupakan individu maupun kelompok yang bisa memahami isi pesan dari pengirim pesan walaupun pesan tersebut berupa isyarat atau kode namun tidak mengurangi arti dari pesan tersebut. Biasanya penerima pesan merupakan sasaran komunikasi dari sumber. Penerima pesan akan dikatakan efektif apabila penerima pesan tersebut sesuai dengan sasaran yang dituju oleh suatu media.

➤ Isi Pesan

²⁹ Muslich Anshori, *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2* (Airlangga University Press, 2020): 143.

³⁰ Achmad Mucharam, "Membangun Komunikasi Publik Yang Efektif," *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 27, no. 1 (May 3, 2022): 76.

³¹ Andre Hardjana, *Audit komunikasi : teori dan praktek* (Jakarta : Grasindo, 2000), 30–40

Isi pesan merupakan apa yang akan dikomunikasikan kepada penerima (komunikan), dari sumber (komunikator) atau isi informasi. Isi pesan sendiri biasanya berisi kesatuan simbol verbal maupun non verbal yang mewakili perasaan, nilai, tujuan sumber tersebut. Terdapat tiga rangkaian pesan yakni makna, yang digunakan dalam menyampaikan makna, dan bentuk pesan.³² Setiap isi pesan memiliki sifat diinginkan melalui sebuah media dapat efektif yang mana isi pesan semestinya sesuai fakta, jelas, lengkap, ringkas, dan juga akurat.

➤ Media

Media adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada penerima pesan. Pemilihan media oleh penyalur pesan (komunikator) kepada komunikan sangat penting. Semakin media tersebut memiliki kredibilitas tinggi maka pesan yang disampaikan akan semakin cepat tersebar luas.

➤ Ketepatan Waktu

Untuk menyajikan informasi yang relevan ketepatan waktu merupakan faktor yang penting. Tepat waktu sendiri artinya apabila informasi yang disajikan bertepatan pada saat informasi dibutuhkan dan pada akhirnya akan berpengaruh pada pengambilan keputusan. Oleh karena itu pesan yang disampaikan kepada penerima pesan harus tepat pada waktunya.

➤ Sumber

Sumber adalah unsur penting dalam komunikasi. Individu maupun kelompok yang memiliki informasi dan langsung bisa

³² Nurul Fatmawati “Berkomunikasi Secara Efektif, Ciri Pribadi Yang Berintegritas Dan Penuh Semangat,” <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/13988/Berkomunikasi-Secara-Efektif-Ciri-Pribadi-yang-Berintegritas-Dan-Penuh-Semangat.html>. (2021) (diakses pada 21 November 2022)

menyampaikan informasi tersebut kepada orang lain dapat dikatakan sebagai sumber.³³ Sumber disini dapat diukur dari kredibilitas sumber pesan tersebut. Kredibilitas sendiri bisa digunakan untuk mengukur seberapa besar penerima pesan mempercayai sumber tersebut.

➤ Format Pesan

Menurut Kotler & Armstrong dalam buku yang ditulis oleh Sugeng Riyanto format pesan merupakan bagian dari pesan yang kuat dan komunikator harus menyusun format pesan yang kuat. Sebuah format pesan memiliki sifat yang diharapkan dari suatu media dapat efektif yang mana isi pesan harus menarik, singkat dan jelas.³⁴

a. Kebutuhan Informasi

Menurut Nicholas terdapat sepuluh faktor yang mempengaruhi kebutuhan informasi, yakni faktor pekerjaan seseorang, faktor budaya yang terdapat di tempat orang tersebut tinggal, faktor karakter, faktor tingkat kesadaran seseorang akan kebutuhan informasinya, faktor *gender*, faktor usia, faktor adanya waktu dalam proses mencari informasi, faktor akses informasi, faktor biaya, dan faktor informasi yang berlebihan (*overload information*).³⁵ Kebutuhan informasi itu mengungkapkan informasi yaitu seluruh orang yang membutuhkannya.³⁶ Terdapat empat jenis kebutuhan informasi menurut Guha yaitu³⁷ :

³³ Yetty Oktarina Abdullah Yudi, *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik* (Deepublish, 2017), 73.

³⁴ Sugeng Riyanto et al., *Media Sosial: Modal Sosial dalam Pemasaran Sayur* (Universitas Brawijaya Press, 2021): 242.

³⁵ David Nicholas, *Assesing Information Needs : Tools, Techniques and Concepts for The Internet Age* (London : aslib imi, 2000), 93–110.

³⁶ Tri Rahma Kusuma Wardani, Heri Suwignyo, and Dwi Novita Ernaningsih, “Kebutuhan Informasi dan Upaya Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada Komunitas Akar Tuli,”

BIBLIOTIKA : Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi 2, no. 2 (*December* 4, 2018): 105

³⁷ Guha, *Documentation and Information* (Calcutta : The World Press Private Limited, 1978), 40.

➤ *Current need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir)

Pendekatan ini adalah cara untuk menangani kebutuhan klien data yang bersifat mutakhir. Semua yang mencari data akan terhubung dengan kerangka data untuk mendapatkan data dan menambah wawasan mereka. Pendekatan ini membutuhkan kerja sama yang mantap antara pencari data dan kerangka kerja data. Kebutuhan akan data yang dapat menggerakkan setiap klien data ini untuk terus dinamis dalam mendapatkan data terbaru.

➤ *Everyday need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin)

Pendekatan ini merupakan pendekatan yang sifatnya mendetail dan cepat yang mana mengharuskan munculnya jawaban yang tepat dari olahan info untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Informasi yang pencari informasi butuhkan merupakan informasi yang rutin dihadapi.

➤ *Exhaustive Needs Approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam)

Pendekatan ini ialah pendekatan pada pengguna terkait informasi lebih mendalam. Biasanya terdapat suatu ketergantungan terhadap informasi dari pengguna. Informasi yang biasa dibutuhkan itu adalah informasi yang jelas, relevan, mendetail serta lengkap.

➤ *Catching up need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas)

Pendekatan Ini adalah pendekatan terhadap pengguna akan informasi yang ringkas, namun juga lengkap khususnya terkait perkembangan terakhir suatu subjek yang dibutuhkan dan juga hal hal yang relevan. Kebutuhan ini artinya seseorang membutuhkan informasi yang hanya sekilas saja

1.10.3 Operasionalisasi Konsep

Penelitian ini terdiri dari dua variabel yang dipisahkan menjadi beberapa indikator sepenuhnya bermaksud menemukan ukuran estimasi, faktor dan penanda diberikan titik potong terlebih dahulu. Definisi operasional penelitian ini adalah :

Tabel 1.3 Definisi Operasional

No.	Variabel	Indikator	Nomor Item	Sumber Data
1.	Efektivitas penggunaan media sosial Instagram @kemendespdtt (X)	Penerima pesan (<i>Followers</i> akun instagram @kemendespdtt) (memberikan <i>like</i> dan komen dalam postingan)	1,2,3	<i>Followers</i> @kemendespdtt
		Isi pesan (Kejelasan informasi seputar kegiatan Kementerian Desa) (Isi konten yang bermanfaat)	4,5,6	<i>Followers</i> @kemendespdtt
		Media (Akun instagram @kemendespdtt sebagai media <i>online</i> pilihan untuk mendapatkan informasi) (<i>Followers</i> @kemendespdtt dengan cepat menyebarkan informasi)	7,8	<i>Followers</i> @kemendespdtt

		Ketepatan waktu (Akun instagram @kemendespdtt tepat waktu dalam memberikan informasi yang dibutuhkan <i>followers</i>) (Informasi yang diberikan dapat diakses dengan cepat)	9,10	<i>Followers</i> @kemendespdtt
		Sumber pesan (Sumber informasi jelas dan dapat dipertanggung jawabkan)	11,12	<i>Followers</i> @kemendespdtt
		Format Pesan (<i>Followers</i> @kemendespdtt mudah memahami informasi karena isi pesan memiliki format yang sederhana) (Informasi yang <i>diposting</i> dalam akun instagram menarik)	13,14	<i>Followers</i> @kemendespdtt
2.	Memenuhi kebutuhan informasi publik (Y)	<i>Current need approach</i> (Isi konten dalam akun @kemendespdtt up to date) (Konten yang diberikan informatif)	15,16,17	<i>Followers</i> @kemendespdtt
		<i>Everyday need approach</i> (Akun @kemendespdtt rutin dalam memposting informasi)	18,19	Followers @kemendespdtt

		<i>Exhaustive need approach</i> (Isi konten dalam akun @kemendespdtt yang lebih detail dan mendalam)	20,21	<i>Followers @kemendespdtt</i>
		<i>Catching up need approach</i> (Akun @kemendespdtt memberikan informasi yang cukup ringkas)	22,23	<i>Followers @kemendespdtt</i>