

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

2.1.1 Uses And Gratification Theory

Menurut Katz dan Blumer, orang yang menggunakan media memiliki agensi dan kontrol yang lebih besar terhadap jenis informasi yang mereka konsumsi. Dengan kata lain, mereka yang memanfaatkan media adalah partisipan dalam proses komunikasi, di mana pengguna secara konsisten berusaha untuk memenuhi kebutuhan mereka. Menurut gagasan ini, konsumen media dapat memilih keputusan terbaik untuk memenuhi kebutuhan mereka (Mustika et al., 2020).

Ini memadukan gagasan klasik tentang efek dengan pendekatan penggunaan dan kesenangan. Gagasan "penggunaan" merupakan pusat dari pemikiran ini atau komponen yang sangat signifikan. Karena dengan memahami penggunaan media dan penyebabnya dapat membantu seseorang untuk memahami dan meramalkan bagaimana sebuah proses komunikasi massa akan terjadi. Penggunaan media dapat berarti banyak hal yang berbeda. Hal ini juga dapat secara sederhana menunjukkan tindakan persepsi, seperti dalam "pemaparan". Hal ini dapat mencakup prosedur yang lebih terlibat dalam situasi lain di mana informasi tertentu harus dikonsumsi dalam keadaan tertentu untuk memenuhi tujuan tertentu dan memenuhi harapan tertentu.

Elihu Katz, Jay Blumer, dan Michael Gurevitch pada awalnya mengeluarkan teori penggunaan dan kepuasan pada tahun 1974, dengan mendasarkan pada penggunaan dan pemenuhan. Hipotesis ini membuat anggapan bahwa pemirsa menyadari dan bertanggung jawab atas media yang mereka pilih untuk memuaskan keinginan mereka. Kegunaan media sebagai pemuas kebutuhan dijelaskan oleh hipotesis kegunaan dan kesenangan. Di sini, media berfungsi sebagai sinyal cara untuk memenuhi kebutuhan. Dengan demikian, *uses and pleasure* mengandung lima anggapan mendasar menurut West dan Turner yang mengembangkan teori mereka (Septiana & Sudradjat, 2023), yaitu :

1. Penggunaan media berfokus pada tujuan dan audiens terlibat.
2. Untuk menghubungkan pemenuhan kebutuhan dengan media, audiens siap menawarkan perilaku dengan makna yang sama.
3. Media sebagai alat pemuas kebutuhan bersaing dengan sumber-sumber pemuas kebutuhan lainnya.
4. Khalayak memahami penggunaan media untuk menunjukkan penggunaan media yang tepat.
5. Khalayak adalah satu-satunya kelompok yang dapat memberikan nilai material pada media.

Perdebatan dalam penelitian ini, yaitu penggunaan media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi, didasarkan pada hipotesis penggunaan dan kepuasan (Sutrisno & Mayangsari, 2021). Berikut ini adalah beberapa tujuan audiens dalam hal pemenuhan kebutuhan:

1. Persyaratan kognitif, yang penting untuk memuaskan minat audiens yang dipicu oleh pengetahuan atau wawasan.
2. Tuntutan afektif, yang berkaitan dengan kenikmatan dan perasaan yang berasal dari pengalaman audiens.
3. Kebutuhan akan integrasi pribadi; kebutuhan ini memuaskan kebutuhan audiens akan stabilitas dan perasaan percaya diri.
4. Kehidupan sosial terkait dengan kebutuhan akan integrasi sosial.
5. Penonton dapat memanfaatkan hiburan untuk membantu keinginan mereka untuk melarikan diri dengan mengurangi beban pikiran, tingkat stres, atau emosi yang mengganggu.

Menggunakan media bisa berarti banyak hal yang berbeda. Hal ini juga dapat secara sederhana menunjukkan tindakan persepsi, seperti dalam "pemaparan." Hal ini dapat mencakup prosedur yang lebih terlibat dalam situasi lain di mana informasi tertentu harus dimakan dalam keadaan tertentu untuk melayani tujuan tertentu dan memenuhi harapan tertentu (Saputra, 2022).

Konsumsi media sebagian besar dipengaruhi oleh kebutuhan mendasar masyarakat dalam hal tujuan dan sumber kepuasannya. Kebutuhan hanyalah salah satu elemen yang mengarah pada konsumsi media dalam hal penggunaan dan dampaknya. Sifat-sifat individu, ekspektasi dan persepsi media, serta akses terhadap media, akan mempengaruhi keputusan seseorang untuk mengonsumsi informasi media massa atau tidak (Vrihat, 2023).

Prinsip dasar dari penelitian ini adalah bahwa orang yang menggunakan media massa tertentu akan mengalami pengaruh. Sebagai hasilnya, seseorang

dapat mengantisipasi atau meramalkan hubungan yang erat antara pesan media dan tanggapan khalayak. Ada berbagai cara yang berbeda di mana penggunaan proses komunikasi massa dan hasilnya, yang juga memperhitungkan konten media, saling terkait :

1. Fitur-fitur dari konten media menentukan ukuran dampak pada sebagian besar efek konvensional. Konsumsi media hanya dilihat sebagai langkah perantara dalam proses; efeknya adalah hasilnya.
2. Hasil sering kali lebih merupakan fungsi dari penggunaan daripada kualitas konten dalam banyak prosedur. Penggunaan media dapat meningkatkan, menghalangi, atau mengurangi aktivitas lain. Hal ini disebut sebagai konsekuensi jika penggunaan adalah penyebab utama dari hasil.
3. Selain itu, ada anggapan bahwa hasil dipengaruhi oleh penggunaan media dan juga isinya, sebagian melalui mediasi audiensnya. Akibatnya, dua proses aktif sekaligus dan jika digabungkan akan menghasilkan fenomena yang dikenal sebagai "akibat" (gabungan dari konsekuensi dan efek).

2.1.2 New Media

Istilah "media baru" mengacu pada alat komunikasi yang berbentuk teknologi dan muncul bersamaan dengan alat komputasi digital. Istilah "media baru" mengacu pada strategi yang digunakan oleh orang-orang untuk menjangkau audiens yang luas dengan memanfaatkan jaringan teknologi komunikasi dan informasi dan instrumen peningkatan informasi. Internet sendiri menggambarkan salah satu media baru, yang merupakan sesuatu yang mulai diakui sebagai media baru (Mustika et al., 2020).

Pengenalan media baru membawa sejumlah perubahan (Umaroh & Dkk, 2023), yaitu:

- a. perubahan dalam konvergensi dan digitalisasi semua media.
- b. meningkatkan keterhubungan dan interaksi jaringan.
- c. Pengiriman dan penerimaan pesan dipindahkan dan direlokasi.
- d. memproses publikasi dan fungsi audiens.
- e. Ada beberapa "gerbang" media modern, yang merupakan titik akses ke konten di situs web atau situs web itu sendiri.
- f. Organisasi media menjadi terfragmentasi dan menghilang

Dua aspek yang paling mendasar dari media baru adalah digitalisasi, atau penggantian sebuah pesan yang dibangun atau dibentuk ke dalam bentuk teks dengan kumpulan kode-kode digital yang dapat diproses atau diaplikasikan dan dikirim ke khalayak luas, dan konvergensi, atau penggabungan bentuk dan fungsi dari sebuah media yang sekarang berdiri sendiri dalam operasi organisasi, distribusi, penerimaan, regulasi, dan fungsi sebagai sebuah media (Nova, 2023).

Kualitas media baru dapat membedakannya dari media massa lainnya (Angraini et al., 2022) diantaranya :

- a. Kekurangan dari keterbatasan ruang dan waktu dapat diatasi melalui media baru. Mirip dengan Instagram, media baru ini hanya dapat diakses dengan mengakses internet kapan pun dan di mana pun Anda inginkan menggunakan perangkat.
- b. Fleksibilitas: Informasi dapat disampaikan melalui media baru dengan berbagai cara, termasuk melalui teks, foto, video, dan grafik. Mirip dengan

Instagram, pesan dibagikan menggunakan instastory dan kemampuan feed Instagram sebagai teks, gambar, dan video.

- c. Immediacy: Media baru menyediakan pengiriman pesan atau informasi yang cepat. Informasi disebarkan secara bersamaan, seperti halnya di Instagram.
- d. Hipertekstualitas media baru memudahkan untuk menghubungkan satu jenis sumber informasi dengan sumber informasi lainnya melalui hyperlink.
- e. Interaktivitas: Media baru menggunakan apa yang dikenal sebagai sistem komunikasi mesin-manusia.
- f. Multimedialitas: Tidak seperti media konvensional, media modern menggabungkan beberapa bentuk media dalam satu platform.
- g. Biaya lebih rendah: Dibandingkan dengan media tradisional, media baru membuat halaman web dengan biaya yang murah dan lebih ramah lingkungan.
- h. Akses yang lebih luas: Media baru memudahkan audiens untuk mendapatkan konten.

Perubahan zaman mempengaruhi perkembangan dan kemajuan di berbagai bidang. Dunia komunikasi dan informasi pun ikut mengalami perkembangan, salah satunya yaitu dengan munculnya media baru. Salah satu produk komunikasi yang memanfaatkan teknologi digital adalah media baru. Menurut definisi lain, media baru adalah segala jenis media yang memanfaatkan internet, berbasis teknologi, memiliki kepribadian, mudah beradaptasi dan interaktif, dan dapat bersifat publik maupun privat.

Pada dasarnya new media merupakan media yang mengalami perkembangan seiring dengan berkembangnya internet dan berpengaruh terhadap perkembangan komunikasi dan informasi. New media adalah media berbasis Internet yang telah berkembang di masyarakat. Seiring dengan perkembangan new media, masyarakat dituntut untuk menerima era digitalisasi. Digitalisasi informasi menyajikan yang berbentuk digital bukan lagi berbentuk analog. Kemudahan produksi, penyimpanan, pengelolaan, dan pendistribusian merupakan kelebihan yang diberikan di era digitalisasi. Munculnya new media sendiri memiliki dampak besar terhadap dunia komunikasi. New media merupakan media digital yang melibatkan beberapa bentuk komputerisasi, menggabungkan komunikasi dua arah dan juga interaktif.

New media adalah kajian tentang media komunikasi dengan luas terintegrasi dengan jaringan internet atau media elektronik. Yang membedakan new media dengan media konvensional yaitu arus informasi yang kini bersifat lebih luas. Saat ini arus informasi tidak hanya bersifat one to many tetapi dapat bersifat from many to many. New media telah menciptakan pola komunikasi yang interaktif dan mengubah pemikiran lama tentang komunikasi dengan cara-cara tradisional. Perubahan yang dapat terjadi pada arus pesan diantaranya yakni ukuran audience, segmentasi, keterlibatan, penyimpanan, isyarat non-verbal, privasi serta kontrol arus komunikasi. Keberadaan internet telah memungkinkan orang untuk saling terhubung tanpa batas wilayah dan waktu, sehingga dapat mengakses informasi apa saja dan dimana saja serta dapat berinteraksi dengan khalayak luas. Kemunculan smartphone yang didukung jaringan internet semakin mempermudah manusia dalam mengakses informasi.

Terdapat tiga perbedaan dalam komunikasi manusia yang disebabkan karena perkembangan new media, yakni:

1. Interactivity

Terdapat dua pengertian yaitu: pertama, interaksi manusia dengan mesin. Interaktivitas kedua yaitu antara sesama manusia sebagai pengguna. New media memiliki kemampuan sistem komunikasi baru dengan dukungan komputer dan internet yang dapat memberikan komunikasi yang hampir sama esensinya dengan komunikasi secara langsung. New media dapat memberikan interaktivitas sehingga penggunaannya seolah-olah merasakan seperti interaksi interpersonal.

2. De-Massified

Pengguna media memiliki kendali terhadap sistem komunikasi. Hal ini berarti pengguna bebas menentukan informasi yang akan dikonsumsi. Berbeda dengan media lama dimana produser media menyajikan sementara penggunaannya hanya bisa menikmati apa yang disajikan.

3. Asynchronous

Asynchronous adalah konsep pesan yang mungkin bertahan sepanjang waktu. Media mempertahankan interaksi antara pengguna walaupun pengguna menerima dan mengirim pesan dalam waktu berbeda. Media memungkinkan untuk memanipulasi pesan menjadi tidak terbatas apabila terjadi digitalisasi pada sebuah pesan. Dalam hal ini individu dapat mengontrol media yang dipilih.

Meskipun terdapat kesulitan dalam mendefinisikan new media berdasarkan sifatnya, akan tetapi bisa didefinisikan melalui kategori utama new media. Berikut

ini adalah lima kategori media baru utama yang menurut McQuail dapat dibedakan berdasarkan penggunaan, konten, dan konteks, namun tetap memiliki beberapa kesamaan.:

1. Media komunikasi antarpribadi (interpersonal communication media)

Dalam poin ini, media komunikasi mencakup telepon serta surat elektronik). Secara umum, isi komunikasi lebih personal dan mudah dihilangkan. hubungan yang muncul dan dikuatkan lebih penting dibandingkan isi informasi.

2. Media permainan interaktif (interactive play media)

Media permainan interaktif berbasis komputer dan video game, serta penggunaan perangkat realitas virtual. dominasi dari kepuasan proses atas penggunaan dan interaktivitas menjadi inovasi utamanya.

3. Media pencarian informasi (information search media)

Media pencarian informasi adalah kategori yang luas. Internet atau WWW, saat ini merupakan sumber pustaka dengan ukuran yang besar, lebih aktual dan mudah dalam mengakses. Mesin pencari saat ini menjadi alat bagi pengguna mencari informasi dan juga sebagai salah satu sumber pendapatan.

4. Media partisipasi kolektif (collective participatory media).

5. Media partisipasi kolektif mencakup pemanfaatan internet untuk mengembangkan hubungan pribadi aktif, membagikan informasi, bertukar pengalaman, dan gagasan. Jejaring sosial menjadi salah satu bagian dari media partisipasi kolektif. media sosial atau jejaring sosial adalah

kombinasi dari interaksi sosial yang dalam penyebarannya didukung dengan teknologi internet.

6. Penggantian media penyiaran.

Mengacu pada penggunaan media untuk mengunduh atau menerima konten yang dulunya biasanya disiarkan dengan teknik yang sebanding. Kegiatan utama termasuk menonton film dan program televisi, serta mendengarkan musik dan radio.

2.1.3 Media Sosial

Sosial dan media adalah akar dari frasa "media sosial". Sementara sosial adalah realitas sosial yang menekankan bahwa setiap orang melakukan tindakan yang bermanfaat bagi masyarakat, media didefinisikan sebagai sarana komunikasi. Klaim ini menunjukkan bahwa semua perangkat lunak, termasuk media, bersifat sosial dalam arti merupakan produk sampingan dari proses sosial (Anggriani, 2019).

Saat ini, banyak orang menggunakan media sosial secara ekstensif, terutama untuk berinteraksi, mendapatkan, dan berbagi informasi dengan cepat menggunakan teknologi yang dimungkinkan oleh jaringan internet. Masyarakat kini dapat memilih media sosial mana yang ingin mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka, salah satunya untuk memenuhi kebutuhan informasi, karena media sosial telah berkembang di mana-mana dan semakin banyak media sosial baru yang muncul setiap harinya (Sutrisno & Mayangsari, 2021).

Salah satu jenis perkembangan media baru adalah media sosial. Saat ini, media sosial digunakan oleh semua kalangan sebagai tempat berkumpulnya komunitas secara virtual. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk terhubung, tetapi juga dapat digunakan oleh pengguna untuk menemukan hiburan, dukungan bisnis, dan bahkan informasi.

Media sosial adalah metode penyampaian komunikasi yang memanfaatkan ruang publik untuk memungkinkan pertukaran informasi tanpa batas antar manusia. Oleh karena itu, media sosial sering digunakan oleh orang-orang untuk memenuhi kebutuhan mereka, salah satunya adalah kebutuhan akan informasi (Septiana & Sudradjat, 2023). Menurut tujuan dan kegunaannya, berbagai platform media sosial adalah sebagai berikut:

- a. Platform jejaring sosial untuk berita, seperti Digg, serta blog dan mikroblog, seperti Twitter
- b. Situs web untuk jejaring sosial, seperti Facebook
- c. Situs yang merupakan jejaring sosial virtual, seperti Second Life Konten kolaboratif, seperti Wikipedia
- d. Game yang dimainkan di dunia virtual, seperti World of Warcraft
- e. Konten video, seperti YouTube

Indikator media sosial yang dibagi menjadi 5 poin (Anggriani, 2019) yakni sebagai berikut :

- a. Partisipasi media sosial mendorong semua orang untuk ambil bagian dan menawarkan umpan balik yang universal.

- b. Keterbukaan: Hampir semua platform media sosial menerima komentar dan keterlibatan. Orang-orang dapat bertindak sesuka hati, berkomentar, dan menyebarkan informasi.
- c. Percakapan, komunikasi terjadi dalam dua arah dan tentu saja dapat dibagikan kepada publik melalui media sosial.
- d. Komunitas: Media sosial memfasilitasi pembentukan kelompok dan komunikasi yang efisien. Komunitas dapat memberikan kesempatan bagi orang-orang untuk saling memberi.
- e. Keterhubungan: Karena interaksi di media sosial dapat terhubung, hampir semuanya, menghubungkan jaringan di situs web, sumber eksternal, dan individu yang sebelumnya tidak terhubung.

Penggunaan media sosial sebagai ruang virtual kini telah menjangkau masyarakat di semua lapisan. Tidak hanya dimanfaatkan untuk berkomunikasi, kini media sosial bisa dimanfaatkan untuk media mencari informasi, mencari hiburan bahkan sebagai media penunjang bisnis. Perkembangan media sosial sangat dipengaruhi dengan kemunculan dan perkembangan internet. Media sosial selalu mengalami perkembangan yang makin bermacam-macam dengan karakteristik yang berbeda-beda. Perkembangannya media sosial yang terjadi telah menciptakan ruang publik sendiri di era new media .

Media sosial bebas di gunakan semua golongan tanpa ada batasan karena media sosial memiliki karakteristik yang bersifat umum. Media sosial menjadi media komunikasi yang dapat memberikan umpan balik karena media sosial dapat menciptakan komunikasi dua arah. Terdapat karakter khusus yang dimiliki media sosial yaitu :

1. Jaringan (network) Agar komunikasi dapat berjalan diperlukan infrastruktur jaringan yang menghubungkan antar komputer. Koneksi jaringan sangat dibutuhkan agar komputer dapat terkoneksi dengan perangkat lain.
2. Informasi (information) Dalam penggunaan sosial media, pengguna media tidak hanya sekedar dapat menerima informasi tetapi pengguna media juga bisa membuat konten, berinteraksi dan memberikan penilaian terhadap informasi yang diperoleh.
3. Arsip (archive) Penggunaan media sosial memungkinkan pengguna untuk mengakses informasi kapanpun dan dimanapun.
4. Interaksi (interactivity) Tidak hanya sekedar digunakan untuk memperluas hubungan pertemanan, di media sosial pengguna dapat membentuk dan membangun sebuah interaksi.
5. Simulasi social (simulation of society) Media sosial dapat menjadi tempat baru untuk melakukan kegiatan sosial. Hanya saja kegiatan sosial di media sosial bersifat virtual dan memiliki keunikan dengan beragam kasus yang berbeda dengan kehidupan nyata.

Menurut Chris Heuer terdapat empat C dalam penggunaan media sosial, yaitu:

1. Konteks: "Bagaimana kita membingkai cerita kita" mengacu pada proses pembentukan pesan atau cerita (informasi), termasuk struktur, bahasa, dan substansi pesan.
2. Komunikasi, yang didefinisikan sebagai "praktik berbagi cerita serta mendengarkan, merespons, dan bertumbuh," adalah cara bertukar cerita

atau informasi yang juga melibatkan mendengarkan dan merespons dengan berbagai cara, seperti dengan menyertakan gambar atau mengemas pesan sedemikian rupa sehingga pengguna merasa nyaman dan pesan tersampaikan secara efektif.

3. Kolaborasi adalah proses bekerja sama untuk meningkatkan proses dan hasil. Kolaborasi didefinisikan sebagai "bekerja bersama untuk membuat segala sesuatunya menjadi lebih baik dan lebih efisien dan efektif."
4. Koneksi: "hubungan yang kita jalin dan pelihara." mengacu pada pemeliharaan koneksi yang sudah terjalin. Hal ini dapat melibatkan pengambilan tindakan yang berkelanjutan untuk membuat pengguna media sosial merasa lebih terhubung dengan sebuah merek atau akun.

Resolusi media sosial masih terus berkembang dan menjadi lebih kontemporer. Setiap platform media sosial memiliki sifat dan kepribadian yang unik. Setiap platform media sosial terus melakukan pembaruan dan inovasi. Penambahan pembaruan pada platform media sosial dapat meningkatkan minat pengguna untuk menggunakannya. Selain itu, pembaruan juga dapat mempengaruhi sifat dan tren masyarakat.

2.1.4 Instagram

Nama Instagram merupakan gabungan dari kata "instan" dan "gram", di mana "instan" merujuk pada kemudahan untuk menampilkan foto dan "gram" merujuk pada tampilan yang menyerupai kamera polaroid, hal ini membuat Instagram sangat menarik bagi para penggunanya, dan "gram" merujuk pada kecepatan informasi yang dapat dibagikan di platform media sosial Instagram. Instagram adalah platform jejaring sosial yang digunakan para penggunanya untuk

berkomunikasi satu sama lain dan berbagi konten berupa gambar, video, dan caption (Sutrisno & Mayangsari, 2021). Bisnis Burbn, Inc. menciptakan perangkat lunak berbagi video dan foto Instagram pada tahun 2010. CEO-nya adalah Kevin Systrom dan Mike Krieger (Anggriani, 2019).

Instagram adalah platform jejaring sosial yang digunakan orang untuk mengambil, mengunggah, dan berbagi foto dan video satu sama lain. Instagram adalah platform jejaring sosial yang berguna untuk memamerkan atau berbagi gambar, video, dan foto dengan teks (Septiana & Sudradjat, 2023).

1. Gambar adalah sebuah karya seni yang dibuat secara manual melalui lukisan atau dibuat secara digital dengan foto sebagai hasil akhirnya.
2. Foto adalah hasil dari kamera digital atau kamera ponsel yang digunakan untuk menangkap pemandangan, objek, orang, atau apa pun yang dapat diabadikan melalui penggunaan kamera.
3. Video adalah jenis rekaman yang menggunakan kompilasi foto atau rekaman dari sumber aslinya.
4. Caption adalah kalimat yang mendeskripsikan sebuah foto, gambar, atau video yang telah diposting di media sosial Instagram.

Instagram saat ini dibuat oleh Meta Platform, Inc, yang sebelumnya dikenal sebagai Facebook, Inc, penyedia layanan jejaring sosial. Saat ini, berbagai platform media sosial, termasuk Whatsapp, Facebook, Instagram, dan Twitter, telah muncul dan sangat populer. Instagram adalah platform media sosial dengan fitur berbagi foto dan video terbaik. Tidak hanya gambar grafis yang dapat

diposting di Instagram dengan tampilan postingan foto, tetapi juga video dan foto yang diambil dengan kamera.

Instagram adalah situs web jejaring sosial di mana pengguna dapat berbagi foto, video, dan efek digital dan juga dapat menyebarkannya ke media sosial lainnya. Instagram disebut jejaring sosial karena tidak terbatas sebagai media berbagi video, dan foto tetapi pengguna juga dapat berinteraksi dengan pengguna lain. Di dalam Instagram pengguna dapat saling mengikuti, memberi komentar serta memberikan suka pada foto atau video. Hal tersebut mencirikan Instagram sebagai jejaring sosial.

Untuk berinteraksi dengan pengguna lainnya, Instagram memberikan berbagai fitur. Selain itu, Instagram dapat membagikan foto atau video ke platform media sosial lainnya. Sebelum mengunggah ke dalam Instagram, pengguna dapat memanfaatkan fitur yang disediakan untuk mengedit foto atau video. Dalam Instagram tidak ada batasan jumlah dalam mengunggah foto. Saat ini Instagram memiliki beberapa fitur- fitur diantaranya:

1. Pengikut (Follower) Instagram membangun sistem sosial dengan cara antar pengguna dapat saling mengikuti satu sama lain. Dengan mengikuti satu sama lain, pengguna Instagram dapat saling berinteraksi dengan memberikan komentar atau memberi tanda suka terhadap unggahan pengguna lain. Pengguna Instagram dapat mencantumkan link di media sosial lainnya agar orang lain dapat menemukan akun instagram yang dimiliki.

2. Mengunggah Foto/Video dengan Caption (Posting) Fungsi utama media sosial Instagram yakni sebagai aplikasi untuk membagikan video dan foto. Di dalam Instagram, kita dapat mengunggah satu foto atau lebih. Unggahan video dalam Instagram dibatasi hanya satu menit. Dalam mengunggah foto atau video, pengguna dapat memberikan keterangan (caption) sesuai keinginan pengguna. Dalam mengunggah foto, pengguna dapat menerapkan efek digital dan memberikan keterangan tempat serta menandai teman dalam unggahan tersebut.
3. Efek (Filter) Dalam mengunggah foto pengguna dapat menerapkan efek digital yang disediakan Instagram. Efek dalam Instagram dapat digunakan pengguna untuk mengatur warna, kecerahan, kontras dan lain-lain. Tidak hanya efek yang dapat diterapkan pada foto, saat ini tersedia pula efek digital yang dapat digunakan di dalam fitur instastory.
4. Arroba Instagram pun mempunyai fitur yang bisa digunakan menyinggung pengguna Instagram lain dengan cara menggunakan arroba (@) diikuti nama pengguna. Fitur tersebut bisa dipakai pengguna dalam mengunggah foto, dalam kolom komentar serta di dalam instastory. Menyinggung pengguna lain merupakan salah satu bentuk ajakan pengguna untuk berkomunikasi.
5. Label foto (Hashtag) Penggunaan label dimaksudkan untuk memberikan kemudahan pengguna mencari sebuah foto dengan sebuah kata kunci. Label juga dapat menggambarkan keterangan dari sebuah unggahan. Pengguna Instagram dapat memberikan label dengan nama atau lokasi serta dapat digunakan untuk mencirikan unggahan tersebut sedang

mengikuti perlombaan. Label dapat memberikan informasi sekilas tentang sebuah unggahan. Saat ini dengan fitur label pengguna Instagram dalam membuat sebuah informasi menjadi trending.

6. Geotagging adalah fitur dimana pengguna dapat mencantumkan lokasi pengguna. Fitur ini dapat digunakan jika pengguna mengaktifkan GPS. Dengan mengaktifkan GPS maka Instagram dapat mendeteksi lokasi pengguna saat mengunggah foto. Fitur ini dapat digunakan dalam mengunggah foto dan instastory.
7. Jejaringan sosial Instagram memiliki fitur agar seseorang bisa berbagi unggahan ke media sosial lain. Sebelum membagikan ke media sosial lain, pengguna dapat menghubungkan akun Instagramnya terlebih dahulu. Selain itu pengguna juga dapat membagikan unggahan kepada orang lain dalam bentuk link.
8. Tanda suka Sama halnya dengan facebook, Instagram juga memiliki fitur menyukai (like). Fitur ini dapat digunakan untuk menyukai postingan pengguna lain. Fitur tanda suka juga dapat diartikan sebagai interaksi antara pengguna Instagram.
9. Instastory adalah singkatan dari Instagram stories. Dalam instastory, pengguna dapat membagikan video singkat dan juga foto. Video dan juga foto yang diunggah ke dalam instastory akan otomatis terhapus dalam 24 jam. Saat ini dalam mengunggah instastory pengguna dapat menyematkan fitur-fitur lain seperti lokasi, arroba, label, menyisipkan musik, emoticon dan lain-lain.

10. Arsip merupakan fitur yang dapat digunakan sebagai album. seseorang bisa menyimpan foto dan video yang dapat dinikmati olehnya sendiri. dalam fitur arsip terdapat dua kategori yaitu arsip unggahan foto di beranda dan juga arsip instastory.
11. Fitur Close friend memungkinkan pengguna membagikan unggahannya kepada orang tertentu. Pengguna dapat menentukan siapa saja yang dapat melihat unggahan tersebut. Pengguna memiliki kewenangan untuk mengubah daftar Closefriend sesuai keinginannya.
12. Fitur siaran langsung adalah fitur yang dapat dinikmati penggunanya untuk melakukan siaran langsung tanpa batasan waktu. Siaran langsung dapat dinikmati oleh pengikut yang mengikutinya. Pengguna lain dapat bergabung ke dalam siaran langsung dan memberikan komentar serta dapat mengajukan diri untuk bergabung dalam siaran langsung. Siaran langsung dapat dilakukan secara bersama-sama dengan maksimal empat orang.
13. Question box adalah fitur yang dapat digunakan untuk memberikan pendapat di dalam instastory dalam bentuk jawaban singkat.
14. Polling adalah fitur yang dapat digunakan untuk meminta pendapat para followers di instastory. Followers dapat memberikan pendapatnya melalui pilihan yang disediakan.
15. Instagram TV Fitur ini memberikan kemudahan kepada pengguna dimana video yang diunggah dapat melebihi durasi satu menit
16. Instagram Shopping adalah fitur yang dapat digunakan pengguna untuk mencari atau menawarkan produknya. Instagram akan menampilkan

produk-produk dan brand yang relevan sesuai dengan Instagram yang diikuti oleh pengguna. Dalam fitur ini biasanya dalam unggahan foto tertera harga yang ditawarkan oleh suatu brand.

17. Fitur Instagram Reels adalah fitur yang dapat digunakan untuk mengunggah video singkat berdurasi 15 detik. Video yang diunggah dapat disematkan audio, efek dan tools kreatif. Dalam fitur ini, pengguna dapat membuat video utuh dari berbagai rekaman klip.

Tidak hanya digunakan untuk media komunikasi dan informasi, instagram pun digunakan sebagai media promosi, hiburan. terdapat tiga faktor yang menjadi motif menggunakan instagram yaitu: social escape, sharing atau communication, and information.

2.1.5 Kebutuhan Informasi

Manusia saat ini memiliki kebutuhan dasar akan informasi, dan jika kebutuhan tersebut tidak terpenuhi, maka akan menjadi masalah. Manusia bergantung pada informasi untuk memenuhi berbagai kebutuhan, termasuk belajar lebih banyak, mengembangkan kemampuan mereka, menghilangkan ambiguitas, merasa puas, dan lain sebagainya (Putri, 2022).

Permintaan informasi, yang dapat berupa lisan atau tertulis dan ditujukan pada perpustakaan atau sistem informasi lainnya, lebih mudah dibuat dibandingkan dengan persyaratan informasi. Namun demikian, sering kali permintaan dan kebutuhan adalah hal yang sama. Sebagai contoh, seorang pengguna mungkin memiliki pengetahuan tentang informasi yang berkaitan dengan pekerjaan mereka dan mungkin membuat permintaan ke sumber

informasi, sedangkan pengguna lain mungkin hanya membuat sedikit permintaan namun memiliki banyak kebutuhan. Di antara beberapa proyek penelitian yang berusaha untuk menentukan kebutuhan informasi pelanggan, Tidak ada yang cukup teliti untuk menghasilkan sesuatu selain rangkuman dari kegiatan pencarian informasi. Seorang pengguna adalah anggota sistem sosial yang secara aktif berinteraksi dengan lingkungannya secara keseluruhan sambil secara aktif mencari pengetahuan (Wulandari, 2018).

Informasi menjadi salah satu kebutuhan dasar bagi manusia. akan menjadi masalah jika kebutuhan akan informasi tidak terpenuhi. Saat ini manusia memiliki banyak pilihan dalam memenuhi kebutuhannya. Dalam rangka meningkatkan pengetahuan, mendapatkan kepuasan, menambah keterampilan, mengubah sikap serta mengurangi ketidakpastian diperlukan informasi. Kebutuhan informasi terjadi ketika adanya ketidakcocokan antara tingkat kepastian dengan objek lingkungan yang sedang dihadapinya. Kesadaran akan kebutuhan pengetahuan guna menyelesaikan suatu masalah akan mendorong seseorang untuk membutuhkan informasi. Apabila terdapat kekurangan pengetahuan, manusia akan berusaha memenuhi kekosongan tersebut melalui informasi.

Karena keinginan akan informasi merupakan salah satu hal terpenting yang dibutuhkan oleh manusia, maka kebutuhan informasi dimasukkan sebagai bagian dari kerangka teori dalam penelitian ini dengan tujuan untuk menjadi landasan bagi para akademisi yang tertarik dengan pembahasan mengenai kebutuhan informasi (Sutrisno & Mayangsari, 2021).

Kondisi fisiologis, situasi, dan kognisinya akan mempengaruhi timbulnya kebutuhan seseorang. Seseorang akan berusaha meningkatkan pengetahuannya dengan mencari informasi-informasi yang dibutuhkannya. Seseorang dapat memenuhi informasi yang dibutuhkan dengan cara membaca dan menelusuri suatu informasi yang dia butuhkan. Manusia dapat memanfaatkan media sebagai sarana untuk memenuhi informasi. pemenuhan informasi dapat dilakukan dengan memanfaatkan media cetak, media elektronik maupun media sosial.

Tuntutan akan informasi adalah kebutuhan sekunder yang berkembang dalam upaya untuk menemukan jawaban atas tuntutan yang lebih mendasar. Mereka bukanlah kebutuhan primer (Wulandari, 2018). Kebutuhan manusia sebagai berikut:

1. Tuntutan pada pikiran. Hal ini secara langsung terkait dengan kebutuhan untuk meningkatkan atau memperluas informasi, pengetahuan, dan pemahaman lingkungan seseorang. Kebutuhan ini berasal dari dorongan seseorang untuk memahami dan mengendalikan lingkungannya. Menurut perspektif psikologi kognitif, memang benar bahwa manusia memiliki kecenderungan untuk memahami dan mengendalikan lingkungannya. Selain itu, kebutuhan ini dapat memuaskan dorongan seseorang untuk melakukan penyelidikan dan eksplorasi.
2. Persyaratan suasana hati. Persyaratan ini terkait dengan pengalaman yang mungkin menyenangkan dan emosional dalam hal penguatan estetika. Banyak media, baik dalam bentuk cetak maupun dalam bentuk rekaman digital, yang sering digunakan sebagai alat untuk mencari hiburan dan kenikmatan.

3. Tuntutan untuk integrasi individu. Hal ini sering kali berkaitan dengan peningkatan kedudukan, kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status seseorang; tuntutan ini muncul dari keinginan seseorang untuk mendapatkan harga diri.
4. Kebutuhan akan integrasi sosial. Kebutuhan ini berhubungan dengan peningkatan hubungan dengan orang yang dicintai, teman, dan individu lain di dunia. Keinginan seseorang untuk bergabung dan membentuk kelompok menentukan kebutuhan informasi mereka.
5. Kebutuhan untuk melarikan diri. Hal ini terkait dengan kebutuhan untuk melepaskan diri, melepaskan ketegangan, dan keinginan untuk berlibur atau melakukan aktivitas lain.

2.1.5 Kesehatan Reproduksi

Kesehatan reproduksi adalah suatu keadaan sejahtera mental, fisik, dan sosial secara utuh dalam semua aspek sistem dan fungsi serta prosesnya, bukan hanya keadaan bebas dari penyakit dan kecacatan, mampu memenuhi kebutuhan material dan spiritual yang layak, bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, dan secara spiritual memiliki hubungan yang serasi, selaras, dan seimbang di antara anggota keluarga serta antara keluarga dengan masyarakat dan lingkungan (Afiah, 2019).

Bukan hanya bebas dari penyakit atau ketidakmampuan dalam semua aspek yang berkaitan dengan sistem reproduksi, serta aktivitas dan prosesnya, kesehatan reproduksi adalah keadaan kesejahteraan fisik, mental, dan sosial secara menyeluruh. Menurut definisi ini, setiap orang memiliki hak untuk mengontrol jumlah keluarga mereka, termasuk hak untuk mendapatkan penjelasan lengkap

tentang semua pilihan kontrasepsi yang tersedia sehingga mereka dapat memilih pilihan yang terbaik bagi mereka. Selain itu, perlu juga dijamin hak untuk mengakses berbagai layanan kesehatan reproduksi, termasuk layanan antenatal, persalinan, perawatan pascapersalinan, layanan untuk anak-anak, kesehatan remaja, dan lain-lain (Maryam, 2020).

Bukan hanya bebas dari penyakit atau ketidakmampuan dalam semua aspek yang berkaitan dengan sistem reproduksi, serta aktivitas dan prosesnya, kesehatan reproduksi adalah keadaan kesejahteraan fisik, mental, dan sosial secara menyeluruh. Menurut definisi ini, setiap orang memiliki hak untuk mengontrol jumlah keluarga mereka, termasuk hak untuk mendapatkan penjelasan lengkap tentang semua pilihan kontrasepsi yang tersedia sehingga mereka dapat memilih pilihan yang terbaik bagi mereka. Selain itu, perlu juga dijamin hak untuk mengakses berbagai layanan kesehatan reproduksi, termasuk layanan antenatal, persalinan, perawatan pascapersalinan, layanan untuk anak-anak, kesehatan remaja, dan lain-lain, diantaranya:

1. Tujuan Utama

Untuk memperkuat kebebasan perempuan dalam mengelola fungsi dan proses reproduksinya, yang dapat meningkatkan kualitas hidup mereka, layanan kesehatan reproduksi yang lengkap disediakan untuk perempuan, termasuk informasi tentang kehidupan seksual dan hak-hak reproduksi.

2. Tujuan Khusus

peningkatan peran dan tanggung jawab sosial laki-laki terhadap dampak perilaku seksual dan kesuburan mereka terhadap kesehatan dan kesejahteraan anak-anak mereka, peningkatan kemandirian perempuan

dalam menentukan peran dan fungsi reproduksinya, peningkatan hak dan tanggung jawab sosial perempuan dalam menentukan waktu kehamilan, jumlah dan lama kehamilan, serta peningkatan peran dan tanggung jawab sosial perempuan dalam menentukan waktu kehamilan.

Kesehatan reproduksi dipengaruhi oleh banyak hal. Elemen-elemen ini mencantumkan sejumlah kategori yang dapat berdampak negatif pada kesehatan reproduksi (Mathematics, 2018), antara lain:

1. Kemiskinan, rendahnya tingkat pendidikan, ketidaktahuan tentang perkembangan seksual dan proses reproduksi, usia pertama kali melakukan aktivitas seksual, usia pertama kali menikah, dan usia pertama kali hamil merupakan faktor demografi dan ekonomi yang dapat mempengaruhi kesehatan reproduksi. Akses terhadap layanan kesehatan, persentase remaja yang tidak bersekolah, dan tempat tinggal yang terpencil merupakan beberapa karakteristik demografis yang dapat berdampak pada kesehatan reproduksi.
2. Keyakinan agama, status perempuan, ketidaksetaraan gender, kondisi kehidupan dan norma-norma sosial, persepsi masyarakat tentang fungsi reproduksi individu, hak dan tanggung jawab, seksisme politik, dan kepercayaan banyak anak banyak rejeki adalah faktor-faktor budaya dan lingkungan yang memiliki efek buruk pada praktik-praktik tradisional yang berdampak negatif pada kesehatan reproduksi.
3. Faktor psikologis termasuk harga diri yang rendah, tekanan teman sebaya, kekerasan di lingkungan sekitar, dampak dari konflik orang tua dan remaja, depresi yang disebabkan oleh ketidakseimbangan hormon, dan

rendahnya rasa percaya diri perempuan terhadap laki-laki yang menginginkan kemandirian secara materi.

4. Cacat bawaan pada sistem reproduksi atau cacat lahir, cacat pada saluran reproduksi yang disebabkan oleh PMS, kekurangan gizi kronis, anemia, radang panggul, atau kanker pada sistem reproduksi merupakan contoh-contoh penyebab biologis. Semua elemen yang disebutkan di atas yang berdampak pada kesehatan reproduksi dapat membahayakan kesehatan perempuan, oleh karena itu penting untuk mengelolanya dengan baik dengan harapan semua perempuan akan diberikan hak-hak reproduksi dan kehidupan reproduksi menjadi lebih berkualitas.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mendapat manfaat dari penelitian sebelumnya untuk memposisikan penelitian dan menunjukkan keasliannya.

2.2.1 Penelitian Pertama

Ayu Khoirotul Umaroh, Rahmawati Fajrin, Maharani Ayu Kusumawati, Muhammad Arkan Muhadzib, Haryudha, Belinda Meliana Elisabet (2023) Pemanfaatan Instagram sebagai Sumber Informasi Kesehatan Reproduksi Remaja (Studi Kasus Akun @Tabu.id dengan Use and Gratification Theory). Jurnal MPPKI Volume 6 Nomor 1 Tahun 2023

Teori uses and gratification akan digunakan dalam penelitian ini untuk mendeskripsikan manfaat dan kepuasan yang dirasakan oleh pengikut akun @Tabu.id. Studi kasus digunakan dalam metodologi kualitatif. Sembilan orang remaja pengikut @Tabu.id dipilih sebagai sampel purposif untuk informan

penelitian ini. Alat penelitian ini adalah wawancara semi-terstruktur yang menggunakan teknik wawancara mendalam untuk mendapatkan data. Analisis data secara tematik menggunakan perangkat OpenCode 4.02 (Umaroh & Dkk, 2023).

2.2.2 Penelitian Kedua

Agnes Pertiwi Sutrisno, Ira Dwi Mayangsari (2021) Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @ Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. Jurnal Common Volume 5 Nomor 2 Tahun 2021.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa baik kebutuhan informasi para followers terpenuhi ketika menggunakan akun media sosial Instagram @humasbdg. Melalui fitur direct message Instagram, peneliti menggunakan metodologi penelitian kuantitatif untuk menyebarkan survei kepada partisipan. Partisipan penelitian ini adalah pengguna akun @humasbdg atau pengguna yang mengikutinya. Analisis deskriptif, uji hipotesis t, analisis regresi linier sederhana, dan koefisien determinasi adalah metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini (Sutrisno & Mayangsari, 2021).

2.2.3 Penelitian Ketiga

Aryani Septiana, Ratih Hasanah Sudradjat (2023) Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Explorebangka Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata di Pulau Bangka

Hasil dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan Instagram @explorebangka di media sosial mempengaruhi kebutuhan informasi pengunjung di Pulau Bangka. Para peneliti menggunakan Direct Message (DM)

dan Insta Story Instagram untuk mendistribusikan kuesioner sebagai bagian dari metodologi penelitian kuantitatif. Partisipan dalam penelitian ini adalah pengguna Instagram yang mengikuti @explorebangka. Analisis deskriptif, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis T merupakan beberapa teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini (Septiana & Sudradjat, 2023).

2.2.4 Penelitian Keempat

Ekawaty Prasetya, Siti Surya Indah Nurdin, Zul Fikar Ahmad (2021). Hubungan Pemanfaatan Sumber Informasi Dengan Sikap Wanita Usia Subur Tentang Kesehatan Reproduksi. *Jurnal Madu : Jurnal Kesehatan Volume 10 Nomor 1 Tahun 2021*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara pandangan wanita usia subur terhadap kesehatan reproduksi dan penggunaan sumber informasi. Pada tahun 2020, penelitian ini dilakukan di Wilayah Kerja Puskesmas Kota Timur. Penelitian ini memiliki desain studi potong lintang dan bersifat kuantitatif. Purposive sampling digunakan untuk memilih sampel penelitian. Jumlah sampel sebanyak 67 orang. Analisis data menggunakan uji Fisher Exact Test (Prasetya et al., 2021).

2.2.5 Penelitian Kelima

Ai Nurasih, Ai Rizkiyani , Cecep Heriana (2020) Hubungan Antara Sumber Informasi Dengan Pengetahuan Remaja Putri Tentang Resiko Pernikahan Dini Terhadap Kesehatan Reproduksi Di Sman 1 Cibingbin Tahun 2020. *Jurnal*

Ilmu Kesehatan Bhakti Husada: Health Sciences Journal, Volume 11 Nomor 2 Tahun 2020.

Di SMAN 1 Cibingbin, Kabupaten Kuningan pada tahun 2020, penelitian ini bermaksud untuk menguji hubungan antara sumber informasi dengan pengetahuan remaja tentang dampak pernikahan dini terhadap kesehatan reproduksi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian analitik dengan desain penelitian cross-sectional. Purposive sampling digunakan dalam penelitian ini, dengan jumlah sampel sebanyak 65 remaja putri kelas XII di SMAN 1 Cibingbin. Analisis bivariat digunakan untuk menganalisis data, dan survei daring menjadi instrumennya (Nurasiah et al., 2020).

2.2.6 Penelitian Keenam

Siti Nuryasita, Humaira Anggie Nauli, Tika Noor Prastia (2022) Hubungan Pengetahuan Kesehatan Reproduksi Dan Sumber Informasi Dengan Perilaku Seks Pranikah Di Ma X Kab. Bogor. Jurnal Promotor Volume 5 Nomor 2 Tahun 2022.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara perilaku seks pranikah pada remaja di MA X, Kabupaten Bogor dengan pengetahuan kesehatan reproduksi dan sumber informasi. Penelitian ini memiliki desain cross-sectional dan bersifat kuantitatif. Kuesioner digunakan sebagai alat penelitian dalam penelitian ini dengan jumlah responden sebanyak 115 orang. Uji Chi Square digunakan dalam analisis data untuk penelitian ini (Nuryasita et al., 2022).

2.2.7 Penelitian Ketujuh

Fitri Rizki Amelia (2020) Pengaruh Media Sosial Terhadap Peningkatan Kesehatan Reproduksi Perempuan. *Jurnal Al-wardah: Jurnal Kajian Perempuan, Gender dan Agama* Volume 14 Nomor 2 Tahun 2020.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana media sosial mempengaruhi peningkatan kesehatan reproduksi perempuan. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, studi literatur, dan analisis untuk digunakan dalam penelitian. Subjek yang diamati terutama adalah perilaku pencarian informasi dan penemuan informasi perempuan di perkotaan dan pedesaan (Amelia, 2020).

2.2.8 Penelitian Kedelapan

Iffah Mahfudah, Izzatul Arifah (2020) Faktor yang Berhubungan dengan Akses Informasi Kesehatan Reproduksi Daring pada Mahasiswa. *Jurnal Indonesian Journal of Health Community* Volume 1 Nomor 1 Tahun 2020.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana kesadaran mahasiswa akan sumber informasi kesehatan reproduksi dan paparan terhadap informasi tersebut mempengaruhi kemampuan mereka untuk mengakses informasi tersebut secara online. Pada bulan April 2020, studi cross-sectional ini dilakukan. Sebanyak 500 mahasiswa lajang dari 12.764 mahasiswa tahun ketiga dan keempat di Universitas Muhammadiyah Surakarta menjadi sampel penelitian ini. Sampel acak proporsional digunakan sebagai metode sampel (proporsional di tingkat fakultas). Google Form digunakan untuk mengelola instrumen, yang merupakan survei online (Mahfudah, 2020).

2.2.9 Penelitian Kesembilan

Nadya Nirmala Putri, Zulfebriges (2022) Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Infobandungraya terhadap Pemenuhan Kebutuhan Infomasi Followers. Jurnal Bandung Conference Series: Communication Management Volume 2 Nomor 2 Tahun 2022.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Instagram sesuai dengan kebutuhan informasi. Teori Uses and Gratification dan kebutuhan informasi menjadi dasar dari penelitian ini. Analisis regresi linier sederhana adalah strategi yang digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk menentukan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Melalui SPSS Versi 25, prosedur analisis data berikut ini digunakan: uji analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linier sederhana, uji t, dan uji koefisien determinasi. Populasi penelitian ini terdiri dari 557 komentar followers pada postingan akun Instagram @Infobandungraya yang dipilih secara acak. Sampel penelitian kemudian diambil dari populasi tersebut sebanyak 100 responden dengan menggunakan tabel ukuran sederhana dalam regresi linier sederhana dan analisis data. Kuesioner ini disebarakan kepada followers yang sering mengomentari postingan dari akun Instagram @infobandungraya. Peneliti berkonsentrasi pada aspek konteks, komunikasi, kolaborasi, dan koneksi dari penggunaan media sosial (Putri, 2022).

2.2.10 Penelitian Kesepuluh

Helen, Farid Rusdi (2018) Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. Jurnal Prologia Volume 2 Nomor 2 Tahun 2018.

Penelitian ini dilakukan untuk melihat seberapa baik kebutuhan informasi followers dipenuhi oleh akun Instagram @jktinfo. Teori komunikasi massa, media baru, penggunaan dan kesenangan, penggunaan media sosial, penggunaan Instagram, dan kebutuhan informasi adalah beberapa teori yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif. Dalam rangka mengumpulkan data untuk penelitian ini, kuesioner dikirimkan kepada 100 partisipan yang dipilih dengan menggunakan prosedur nonprobability sampling dan insidental sampling. Uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji t digunakan untuk menguji data (Rusdi, 2018).

2.2.11 Penelitian Kesebelas

Ria Saha, Pintu Paul, Sanni Yaya and Aduragbemi Banke-Thomas (2022) Association between exposure to social media and knowledge of sexual and reproductive health among adolescent girls: evidence from the UDAYA survey in Bihar and Uttar Pradesh, India. *Jurnal Reproductive Health* Volume 19 Nomor 1 Tahun 2022.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menentukan hubungan antara paparan media sosial dan pengetahuan SRH di kalangan remaja perempuan di Bihar dan Uttar Pradesh, India. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Populasi dilakukan terhadap 10.425 remaja perempuan dari survei UDAYA (gelombang-2, 2018-19). Paparan remaja perempuan terhadap media sosial adalah prediktor utama, dan pengetahuan kesehatan reproduksi tentang hubungan seksual dan kehamilan, metode kontrasepsi, dan HIV/AIDS adalah hasil yang menarik. Model regresi logistik multivariabel dilakukan untuk menilai

hubungan antara paparan media sosial dan pengetahuan tentang SRH di kalangan remaja perempuan (Saha et al., 2022) .

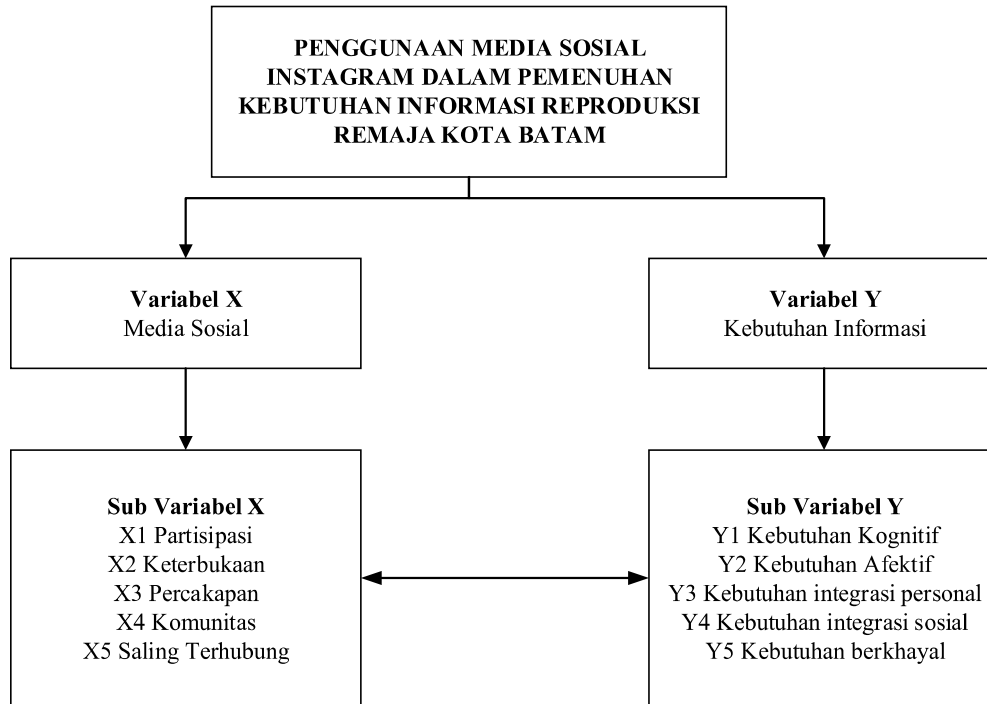
2.2.12 Penelitian Keduabelas

Salifu Rahma (2022) The Use Of Social Media By Adolescents To Access Reproductive Health Information And Services In The Tamale Metropolis. Jurnal *udsspace* Volume 8 Nomor 5 Tahun 2022.

Penelitian ini dilakukan untuk menilai kontribusi penggunaan media sosial terhadap layanan kesehatan reproduksi remaja di kota metropolitan Tamale di Wilayah Utara Ghana. Desain penelitian ini menggunakan pendekatan metode campuran, yaitu desain penelitian kualitatif dan kuantitatif (desain penelitian cross-sectional dan diskusi kelompok terarah). Penelitian ini melibatkan remaja di Sekolah Menengah Atas di kota metropolitan Tamale di Wilayah Utara Ghana. Kuesioner semi-terstruktur digunakan dan diskusi kelompok terfokus digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang hambatan penggunaan media sosial (Salifu Rahma, 2022).

2.3 Kerangka Pemikiran

Struktur ini merupakan dasar pertimbangan, yang dihasilkan dari alur pemikiran penulis dan digunakan sebagai skema pemikiran untuk memperkuat pengukuran yang mendasari penelitian ini. Penulis menjelaskan fenomena utama penelitian dalam perspektif ini. Teori dan fenomena penelitian ini digabungkan dalam penjelasan yang sistematis. Kerangka pemikiran dapat disusun dalam bagan di bawah ini berdasarkan latar belakang penelitian, kajian teori, dan fokus penelitian yang telah disebutkan sebelumnya oleh penulis. yaitu:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Sumber : (Peneliti 2023)

2.4 Hipotesis

Berdasarkan pada uraian latar belakang dan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, sehingga penulis merumuskan sebuah hipotesis sebagai berikut:

Ha: Terdapat Pengaruh Antara Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Reproduksi Remaja Kota Batam

Ho: Tidak Terdapat Pengaruh Antara Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Reproduksi Remaja Kota Batam