

A. Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi telah merekonstruksi cara manusia memperoleh, mengolah, sekaligus mendistribusikan berbagai bentuk informasi. Kehadiran internet tidak lagi diposisikan sebagai pelengkap aktivitas sehari-hari, melainkan telah berkembang menjadi infrastruktur utama yang memungkinkan akses terhadap beragam informasi berlangsung secara instan tanpa dibatasi ruang maupun waktu. Kondisi tersebut tercermin dari laporan We Are Social (2025) yang mencatat sekitar 212 juta penduduk Indonesia telah terhubung dengan internet atau setara 74,6% dari keseluruhan populasi. Dari angka tersebut, sekitar 143 juta di antaranya merupakan pengguna aktif media sosial. Besarnya angka tersebut memvisualisasikan media sosial kini menempati posisi sentral sebagai ruang komunikasi digital sekaligus sumber utama masyarakat dalam memperoleh informasi.

Di antara beragam platform digital yang berkembang, Instagram masih mempertahankan posisinya sebagai salah satu aplikasi dengan tingkat penggunaan tertinggi di Indonesia. Laporan We Are Social (2025) menempatkan platform ini pada urutan ketiga setelah WhatsApp dan TikTok. Daya tarik tersebut tidak terlepas dari keberadaan beragam fitur seperti Feed, Stories, Reels, Live, dan Highlight, yang memungkinkan penyampaian informasi berlangsung melalui kombinasi visual, interaksi langsung, dan pembaruan waktu nyata. Karakter demikian menjadikan Instagram tidak semata-mata berfungsi sebagai ruang hiburan, melainkan berkembang menjadi medium komunikasi digital yang efektif untuk mendistribusikan informasi kepada khalayak luas. Dalam ekosistem sepak bola nasional, Instagram telah berevolusi menjadi saluran komunikasi resmi yang menghubungkan organisasi olahraga dengan publik. Salah satu representasinya ialah akun @timnasindonesia, yang secara rutin memublikasikan agenda pertandingan, daftar pemain, aktivitas tim, penjualan tiket, perkembangan kompetisi, hingga klarifikasi terhadap berbagai isu yang beredar. Jumlah pengikut yang mencapai jutaan akun disertai ribuan unggahan menjadikan akun tersebut sebagai salah satu referensi utama bagi pendukung Tim Nasional Indonesia. Apabila dibandingkan dengan TikTok maupun WhatsApp Channel, Instagram menawarkan dokumentasi informasi yang lebih sistematis, kesinambungan publikasi yang lebih konsisten, serta struktur

penyajian konten yang lebih lengkap, sehingga memiliki posisi yang lebih kuat sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi mengenai Tim Nasional Indonesia.

Sudut pandang Uses and Gratifications memosisikan khalayak bukan sebagai penerima pesan yang pasif, melainkan individu yang secara sadar menentukan media sesuai kepentingannya masing-masing. Setiap orang mempunyai motif tersendiri ketika memilih suatu platform, baik untuk memperoleh informasi terbaru, mencari hiburan, memperkuat identitas diri, maupun menjalin interaksi sosial. Tingkat kepuasan muncul ketika media yang dipilih mampu memenuhi ekspektasi tersebut. Dengan kerangka pemikiran demikian, akun Instagram @timnasindonesia layak dipandang sebagai salah satu medium yang berpotensi memenuhi kebutuhan informasi para pencinta sepak bola Indonesia mengenai perkembangan tim nasional.

Literatur terdahulu memvisualisasikan Instagram memiliki kapasitas sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi sekaligus pembentuk kepuasan audiens. Salah satu karya ilmiah yang disusun RA Andika (2023) mengulas keterkaitan motif penggunaan akun @JakOnline01 dengan kepuasan para penggunanya. Simpulan dalam karya tersebut menggambarkan bahwa rasa puas cenderung muncul ketika konten yang tersedia mampu menjawab kebutuhan maupun alasan seseorang memanfaatkan media tersebut. Kesamaan dengan riset ini tampak pada penggunaan Instagram sebagai ruang komunikasi dalam ranah sepak bola, pemanfaatan pendekatan kuantitatif, serta pijakan konseptual Uses and Gratifications. Perbedaannya terletak pada objek maupun fokus pembahasan. Karya RA Andika mengarahkan perhatian kepada akun fanbase Persija Jakarta dan motif penggunaan media, sedangkan riset ini menitikberatkan keterkaitan antara pemenuhan kebutuhan informasi melalui akun resmi @timnasindonesia dengan kepuasan para pengikutnya.

Rujukan lain berasal dari karya Fina Fadhilatul Muna (2025) yang membahas akun Instagram @garudarevolution.football. Uraian dalam karya tersebut menempatkan intensitas paparan konten bersama mutu informasi sebagai faktor yang berkaitan dengan kepuasan audiens. Kesamaan dengan riset ini dapat ditemukan pada objek umum berupa media sosial Instagram dalam lingkup sepak bola, penggunaan perspektif Uses and Gratifications, serta perhatian terhadap kepuasan pengguna media. Meskipun demikian, ruang lingkup keduanya tidak identik. Fina memusatkan perhatian pada akun komunitas beserta intensitas terpaan kontennya, sedangkan riset ini mengarahkan fokus kepada akun

resmi Tim Nasional Indonesia dengan penekanan pada kemampuan media memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya. Perbedaan orientasi tersebut menghadirkan sudut pandang yang lebih spesifik terhadap fungsi akun resmi sebagai sumber informasi institusional bagi masyarakat.

Perubahan lanskap komunikasi digital menempatkan Instagram sebagai salah satu kanal utama pencarian informasi, termasuk bagi pendukung Tim Nasional Indonesia. Walaupun topik mengenai media sosial olahraga telah cukup sering dibahas dalam literatur, pembahasan yang secara khusus menyoroti keterkaitan antara pemenuhan kebutuhan informasi melalui akun resmi @timnasindonesia dengan kepuasan para pengikutnya masih belum banyak dijumpai. Kekosongan tersebut menjadi alasan utama riset ini disusun, sekaligus membuka ruang perluasan diskursus komunikasi massa digital melalui perspektif Uses and Gratifications pada ekosistem media olahraga.

Ruang lingkup riset diarahkan pada aktivitas para pengikut akun @timnasindonesia ketika memanfaatkan unggahan resmi sebagai sumber informasi. Perhatian utama tidak semata-mata tertuju pada keberadaan akun tersebut, melainkan pada sejauh mana informasi mengenai jadwal pertandingan, pemanggilan pemain, aktivitas skuad, perkembangan kompetisi, maupun pengumuman resmi mampu menjawab kebutuhan audiens. Melalui kerangka Uses and Gratifications, pembahasan difokuskan pada keterkaitan antara terpenuhinya kebutuhan informasi dengan rasa puas yang muncul setelah audiens mengakses konten akun resmi Tim Nasional Indonesia.