

B. Kajian Literatur

Uses and Gratifications

Landasan konseptual riset ini bertumpu pada Uses and Gratifications Theory, sebuah perspektif yang memandang pengguna media sebagai aktor yang memiliki kehendak dan tujuan sendiri ketika memilih saluran komunikasi. Berbeda dari paradigma komunikasi klasik yang menempatkan khalayak sebagai penerima pesan secara sepihak, teori ini menegaskan adanya proses seleksi yang dilakukan individu sesuai kepentingan masing-masing. Dorongan memperoleh informasi, kebutuhan hiburan, pencarian identitas diri, hingga keinginan memperluas interaksi sosial menjadi alasan seseorang menentukan media yang akan digunakan. Tingkat kepuasan lahir setelah pengguna menilai apakah media pilihan tersebut mampu memenuhi ekspektasi awalnya.

Fokus utama Uses and Gratifications bukan terletak pada seberapa besar media mampu mengubah sikap audiens secara langsung, melainkan pada kapasitas media dalam menyediakan kepuasan sesuai dengan pilihan aktif khalayak. Tanggung jawab penggunaan media berpindah dari media itu sendiri ke individu yang memilih dan memanfaatkannya.

Uraian Rohmah (2020) menegaskan bahwa kerangka tersebut disusun atas sejumlah asumsi dasar yang menjelaskan bagaimana kebutuhan personal, pilihan saluran, dan hasil psikologis saling terkait dalam satu rangkaian logis.

1. Individu yang berhadapan dengan media tidak ditempatkan sebagai objek pasif penerima arus pesan, melainkan sebagai subjek yang memiliki kapasitas menentukan arah konsumsi medianya sendiri. Proses memilih media, memilih isi, hingga menentukan intensitas paparan berada dalam kendali pengguna, bukan sepenuhnya ditentukan oleh produsen media. Dalam kerangka ini, pengguna bertindak sebagai pengelola pengalaman medianya sendiri.
2. Khalayak tidak berada dalam kondisi keterpaksaan struktural untuk mengakses satu jenis media tertentu. Sebaliknya, mereka memiliki ruang pilihan yang luas untuk menyesuaikan medium yang digunakan dengan kebutuhan, kepentingan, dan tujuan personal yang ingin dicapai, baik yang bersifat informatif, afektif, maupun relasional.

3. Media bukan satu-satunya wadah pemenuh kebutuhan, karena terdapat berbagai aktivitas lain di luar penggunaan media, seperti berlibur, menari, atau berolahraga, yang juga dapat memberikan kepuasan.
4. Orientasi seseorang ketika memilih media dapat dikenali melalui penjelasan yang disampaikan oleh pengguna itu sendiri. Pendekatan ini bertolak dari anggapan bahwa individu memahami alasan di balik perilaku bermedianya serta mampu mengemukakan kebutuhan yang ingin dipenuhi pada situasi tertentu.
5. Kerangka Uses and Gratifications tidak menjadikan nilai budaya tertentu sebagai ukuran tunggal dalam mengevaluasi media. Perbedaan latar sosial, pengalaman hidup, hingga budaya pengguna menyebabkan setiap orang membangun penilaiannya yang tidak selalu identik terhadap informasi yang diterima. Oleh sebab itu, media massa dituntut menghadirkan informasi yang mampu menjangkau spektrum audiens yang beragam.

Alur berpikir tersebut memvisualisasikan penggunaan media merupakan tindakan yang lahir dari pilihan sadar, bukan sekadar respons otomatis terhadap hadirnya pesan. Pembaca surat kabar, pendengar radio, penonton televisi, maupun pengguna platform digital memiliki orientasi, pengalaman, serta kepentingan yang berbeda-beda ketika mengakses informasi. Perbedaan karakter tersebut menjadikan pengalaman bermedia bersifat dinamis dan tidak dapat dipukul rata.

Dalam konteks penelitian ini followers akun Instagram @timnasindonesia dipandang sebagai pengguna aktif yang secara sadar memilih akun tersebut untuk memperoleh informasi mengenai Tim Nasional Indonesia. Tingkat kepuasan pengikut akan terbentuk apabila informasi yang diperoleh mampu memenuhi kebutuhan mereka, baik dari segi kelengkapan, ketepatan waktu, akurasi, maupun relevansi informasi. Oleh karena itu, teori Uses and Gratifications menjadi dasar konseptual untuk menjelaskan hubungan antara pemenuhan kebutuhan informasi dengan kepuasan followers terhadap akun Instagram @timnasindonesia

Komunikasi Massa

Komunikasi massa merujuk pada proses penyebaran pesan kepada khalayak

dalam jumlah besar melalui medium yang memungkinkan distribusi informasi berlangsung secara serempak. Transformasi digital kemudian memperluas bentuk komunikasi tersebut ke ruang berbasis internet yang menawarkan interaktivitas, kecepatan distribusi, serta akses yang jauh lebih fleksibel dibandingkan media konvensional. Salah satu manifestasi perkembangan tersebut ialah media sosial yang memungkinkan proses produksi, distribusi, pertukaran, sekaligus respons terhadap informasi berlangsung hampir tanpa jeda waktu.

Di antara berbagai platform digital, Instagram berkembang menjadi ruang komunikasi yang banyak dimanfaatkan institusi maupun organisasi. Kombinasi fitur berupa unggahan visual, video singkat, siaran langsung, cerita harian, hingga arsip sorotan memungkinkan penyampaian informasi dilakukan secara variatif sekaligus membangun kedekatan dengan publik. Dalam riset ini, akun @timnasindonesia diposisikan sebagai kanal resmi yang mempublikasikan agenda pertandingan, komposisi pemain, aktivitas skuad, hingga berbagai pengumuman resmi federasi. Karakteristik tersebut menjadikan Instagram relevan sebagai medium untuk menelaah keterkaitan antara pemenuhan kebutuhan informasi dengan kepuasan audiens.

Kebutuhan Informasi

Kebutuhan informasi merupakan kebutuhan individu untuk memperoleh informasi yang dapat meningkatkan pengetahuan, memahami suatu peristiwa, serta mendukung proses pengambilan keputusan. Dalam penelitian ini, konsep kebutuhan informasi mengacu pada *Gratification Sought* (GS), yaitu harapan pengguna sebelum menggunakan media. Pengguna memilih media karena meyakini bahwa media tersebut mampu menyediakan informasi yang sesuai dengan kebutuhannya. Mengacu pada konsep yang digunakan dalam penelitian, kebutuhan informasi diukur menggunakan indikator yang telah ditetapkan pada skripsi, yaitu:

- Memahami peristiwa terkini.
- Mendapatkan informasi yang akurat.
- Mencari fakta atau data.

Ketiga indikator tersebut digunakan untuk mengukur sejauh mana akun Instagram @timnasindonesia mampu memenuhi kebutuhan informasi para followers.

Kepuasan Informasi

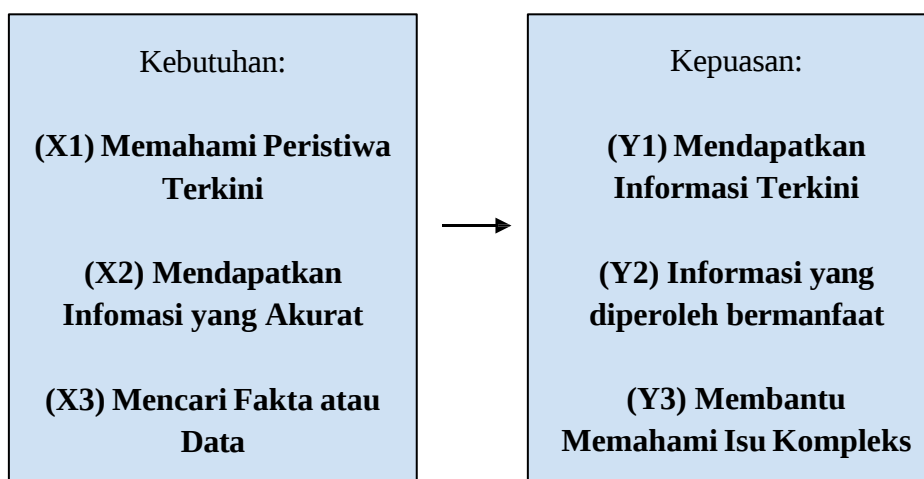
Kepuasan informasi menggambarkan keadaan ketika informasi yang diperoleh selaras dengan harapan yang telah terbentuk sebelum seseorang mengakses media. Dalam perspektif Uses and Gratifications, kondisi tersebut dikenal sebagai *Gratification Obtained* (GO), yakni tingkat kepuasan yang lahir sesudah pengguna mengevaluasi manfaat informasi yang diterima dan membandingkannya dengan ekspektasi awal.

Mengacu pada konsep yang digunakan dalam penelitian, Kepuasan Informasi atau *Gratification Obtained* dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator kepuasan atau sebagai berikut:

1. Mendapatkan informasi terkini
2. Informasi yang diperoleh bermanfaat
3. Membantu Memahami Isu Kompleks

Ketiga indikator tersebut digunakan untuk mengukur sejauh mana akun Instagram @timnasindonesia mampu memberikan kepuasan sesuai harapan dan kebutuhan ketika informasi diterima oleh para followers.

Kerangka Berpikir



Sumber: Data olahan Peneliti, 2025