

Pengaruh Kebutuhan Informasi *Boy Group Seventeen* terhadap Perilaku Pencarian Informasi melalui Media Sosial X pada Carat Kediri

Naufa Alifian Zulfaa¹, Prisca Budi Juwitasari²

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Jawa Timur, Indonesia

Email: naufaalifian32@gmail.com, prisca.budi@uinsatu.ac.id

Abstrak

Masyarakat dapat menggunakan media *online* sebagai tempat pencarian informasi. Media sosial X menjadi salah satu *platform* yang dimanfaatkan dalam memenuhi kebutuhan informasi sekaligus pencarian informasi bagi penggemar K-Pop. Penggunaan metode dalam penelitian ini ialah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Responden yang terpilih dalam penelitian ialah anggota komunitas Carat Kediri sebanyak 148 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh antara kebutuhan informasi terhadap perilaku pencarian informasi dengan persentasenya sebesar 31,8%. Persentase pengaruh tergolong lemah karena berada pada rentang 19-33%, namun kebutuhan informasi terbukti memotivasi anggota komunitas Carat Kediri untuk melakukan aktivitas pencarian informasi.

Kata Kunci :

Carat Kediri;
Kebutuhan Informasi;
Perilaku Pencarian
Informasi;

Abstract

The public can utilize online media as a source of information. The social media platform X has emerged as a prominent resource for K-Pop fans seeking to satisfy their information needs and conduct searches for relevant content. The methodology employed in this study is a quantitative research method with a descriptive approach. The respondents selected for this study were members of the Carat Kediri community, with total of 148 respondents. The findings demonstrated a correlation between information needs and information-seeking behavior, with a percentage of 31.8%. This correlation is classified as weak because it falls within the range 19–33%. However, information needs have been proven to motivate members of the Carat Kediri community to engage in information-seeking activities.

Keyword :

Carat Kediri;
Information Needs;
Information Seeking
Behavior;

A. PENDAHULUAN

Dahulu masyarakat berinteraksi secara langsung dengan bertatap muka untuk berinteraksi, namun saat ini masyarakat dapat berinteraksi melalui media sosial secara daring atau *online* (Alyusi, 2016). Kebebasan tersebut membuat budaya seperti *Korean Pop* (K-Pop) masuk ke Indonesia (Candra, 2023). Sebagai salah satu hiburan, K-Pop secara tidak langsung mendorong individu membutuhkan informasi hingga melakukan aktivitas pencarian informasi.

Informasi menjadi sarana pokok yang dapat mendatangkan sebuah pengetahuan dan wawasan bagi individu. Masyarakat telah memasuki era informasi yang mana informasi menjadi suatu hal yang berharga dan bernilai (Alhusna & Masruroh,

2021). Untuk mendapatkan informasi, individu perlu terlebih dahulu memahami kebutuhan informasinya. Pendekatan informasi yang dapat menguraikan faktor kebutuhan informasi individu yaitu: *current need approach*, *everyday need approach*, *exhaust need approach*, dan *catching-up need approach* (Guha, 1983, dalam Ryo & Rusdi, 2021).

Individu yang menyadari kebutuhan informasinya kemudian terdorong untuk melakukan pencarian informasi. Keseluruhan aktivitas atau keterlibatan yang dilakukan oleh individu dalam melakukan kegiatan penelusuran informasi sesuai kebutuhan disebut perilaku pencarian informasi. Terdapat model sistem dari perilaku pencarian informasi aktif yang dikategorikan dalam delapan tahapan. Delapan tahapan dari model sistem

perilaku pencarian informasi yaitu: *Starting, Chaining, Browsing, Differentiating, Monitoring, Extracting, Verifying*, dan *Ending* (Ellis, 1989, dalam Meho & Tibbo, 2003).

Pencarian informasi dengan memanfaatkan teknologi informasi dapat memberikan pengaruh dalam upaya pemenuhan kebutuhan informasi bagi masyarakat. Terkait dengan pencarian informasi, seseorang dapat terlibat dengan sistem informasi manual (seperti surat kabar atau berkunjung ke perpustakaan) atau sistem informasi berbasis komputer seperti WWW atau internet (T. D. Wilson, 2000). Namun, saat ini terdapat perubahan paradigma lama terkait akses pada sumber informasi. Terdapat pergeseran platform pencarian informasi, dari yang semula banyak memanfaatkan media massa menjadi media sosial, salah satunya melalui aplikasi X (Monica & Rosari, 2020).

X menjadi salah satu media sosial yang memiliki banyak pengguna. *We Are Social* melaporkan pengguna media sosial X di Indonesia pada tahun 2024 berjumlah 24,69 juta pengguna. Salah satu pengguna media sosial X, adalah penggemar musik K-Pop. Hal tersebut dibuktikan dengan cuitan pada akun @TwitterID pada tanggal 30 Juni 2021 menyatakan bahwa per tanggal 1 Juli sampai 30 Juni 2021 terhitung sebanyak 7,5 miliar *tweet* berkaitan dengan K-Pop (Pasaribu et al., 2022).

Seventeen merupakan salah satu *boy group* yang memiliki popularitas dan memiliki pengikut dalam jumlah besar. Berdasarkan laporan oleh akun X @kchartsmaster yang dikutip oleh Kpop Chart, Seventeen berhasil menduduki puncak *brand reputation* selama 4 bulan berturut-turut pada tahun 2024. Penggemar Seventeen akrab disapa dengan sebutan "Carat". Salah satu komunitas Carat yang berada di wilayah Jawa Timur ialah Carat Kediri yang telah aktif sejak tahun 2019 dan telah memiliki 234 orang anggota.

Penggemar K-Pop seringkali memerlukan informasi terbaru terkait dengan idol kegema-

rannya. Penggemar K-Pop di Indonesia membutuhkan informasi meliputi; 1) jadwal kegiatan resmi seperti *variety show/award*; 2) aktivitas individu seperti *schedule* resmi individu maupun *update* di media sosial; 3) jadwal aktivitas pemotretan baik dari majalah maupun kerjasama sebagai *brand ambassador*; 4) informasi terkait proyek *birthday party* sesama penggemar; 5) informasi penjualan album/*merch*; 6) informasi terkait jadwal konser/*world tour* (Pasaribu et al., 2022). Salah satu upaya pemenuhan kebutuhan informasi terkait idol kegemaran dilakukan dengan mengakses media sosial X sebagai tempat pencarian informasi yang dibutuhkan.

Penelitian yang membahas terkait kebutuhan informasi dengan perilaku pencarian informasi salah satunya ialah penelitian dari Iskandar (2024) yang meneliti perilaku informasi penggemar K-Pop NCT Dream di media sosial *Twitter*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku informasi penggemar NCT Dream berlangsung secara realitas baik *offline* maupun *online*. Penelitian lainnya dilakukan oleh Zakia dkk. (2024) dengan judul "Pengaruh Media Sosial Weverse terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada Penggemar K-Pop di Weverse". Penelitian ini menunjukkan besaran persentase pengaruh antara variabel yang diteliti sebesar 90,4%. Penelitian lainnya dilakukan oleh Basirah & Fahimah (2025) membahas mengenai perilaku pencarian informasi Stray Kidz (K-Pop) oleh kelompok penggemar melalui *Twitter* dengan mengkaji teori Wilson 1996. Hasil penelitian menggambarkan bahwa perilaku pencarian informasi mereka memiliki kesesuaian dengan teori Wilson 1996.

Rumusan masalah penelitian ini ialah bagaimana pengaruh kebutuhan informasi *boygroup* Seventeen terhadap perilaku pencarian informasi melalui media sosial X pada komunitas penggemar K-Pop Carat Kediri. Rumusan masalah menjadi dasar dalam arah penelitian dengan mengkaji pengaruh

antara kedua variabel yang akan diteliti. Besaran persentase pengaruh antara variabel X dengan variabel Y akan dikaji dan diuji melalui analisis regresi sederhana.

Secara konseptual, kebutuhan informasi dengan perilaku pencarian informasi memiliki hubungan sebab akibat. Beberapa penelitian terdahulu sebagaimana dijabarkan sebelumnya menunjukkan adanya keterkaitan antara hubungan kebutuhan informasi individu dengan perilaku pencarian informasi. Berdasarkan uraian tersebut, maka skema hipotesis dalam penelitian ini ialah, apabila H_a diterima, maka terdapat pengaruh signifikan pada variabel X dan Y. Apabila H_0 ditolak, maka tidak ada pengaruh signifikan pada variabel X dan Y

B. KAJIAN TEORETIS

Kebutuhan Informasi

Informasi memiliki definisi yang beragam karena istilah informasi tercakup dalam berbagai macam aspek. Informasi yang lahir dapat berawal dari pengumpulan suatu data yang kemudian disusun menjadi sebuah informasi. Informasi merupakan kumpulan data yang terstruktur dan dapat disampaikan kepada orang lain (Pendit, 1992, dalam (Ati et al., 2018)). Data dapat diperoleh dalam kegiatan observasi atau penangkapan suatu fenomena yang kemudian dikumpulkan secara terstruktur untuk dijadikan sebagai informasi yang bernilai. Informasi secara sederhana ialah rekaman kejadian (Yusup & Subekti, 2010).

Kebutuhan informasi individu dapat diperoleh dengan berbagai media yang menjadi wadah informasi itu sendiri. Kebutuhan informasi merupakan bagian yang dapat muncul dari cara pemenuhan kebutuhan primer (T. D. Wilson, 2000). Pemenuhan kebutuhan informasi dapat mendorong individu untuk mencari informasi yang dibutuhkan.

Kebutuhan informasi dari setiap individu tentu berbeda. Diantaranya yaitu kebutuhan akan rasa ingin tahu, kebutuhan akan kesenjangan penge-

tahuan dengan fenomena yang terjadi saat ini, maupun kebutuhan informasi untuk menyelesaikan pekerjaan. Hal yang mendorong individu untuk melakukan pencarian informasi ialah kebutuhan akan informasi. Proses ini berakhir ketika kebutuhan tersebut terpenuhi dengan kepuasan yang muncul (Krikelas, 1983, dalam (Sawant, 2015)). Kebutuhan informasi muncul manakala individu merasa terdapat kesenjangan antara pengetahuan dengan hal yang ingin diketahui.

Era keterbukaan informasi memberikan kesempatan bagi semua orang untuk memenuhi kebutuhan informasi yang diperlukan. Berbagai kalangan memerlukan informasi untuk mengatasi kesenjangan antara pengetahuan dengan kebutuhan informasi. Kebutuhan informasi dapat muncul dengan berbagai faktor pemicu yang muncul dalam diri seseorang. Terdapat empat kategori pendekatan informasi yaitu *Current need approach*, *Everyday need approach*, *Exhaust need approach*, dan *Catching-up need approach*.

Perilaku Pencarian Informasi

Media tercetak maupun media digital dapat dimanfaatkan sekaligus diakses oleh individu dalam upaya pencarian informasi. Perilaku pencarian informasi termasuk dalam perilaku "tingkat mikro" yang dalam hal ini berkaitan dengan kegiatan pencarian atau interaksi dengan segala jenis sumber informasi oleh individu (Wilson, 2000). Contoh kegiatan pencarian informasi dengan interaksi antara manusia dengan komputer dengan menggunakan metode *boolean* dalam melakukan kegiatan pencarian informasi dengan memperhatikan tingkat relevansinya.

Upaya pemenuhan kebutuhan informasi yang diperlukan berkaitan dengan perilaku pencarian informasi. Hal tersebut dilakukan untuk menyeimbangkan akan keadaan pengetahuan dengan kebutuhan informasinya. Pencarian informasi dimulai dengan masalah pengguna (Kuhlthau, 1991). Hal tersebut berkaitan dengan adanya kesen-

jangan antara pengetahuan atau topik yang perlu dicari oleh individu sebagai kebutuhan informasi.

Serangkaian aktivitas dalam pencarian informasi dapat dilakukan individu ketika mengetahui kebutuhan informasi yang dibutuhkan. Perbedaan akan kebutuhan informasi dapat menyebabkan perbedaan dalam melakukan aktivitas penelusuran informasi beserta dengan alat telusur informasi yang digunakan (Alhusna & Masrurroh, 2021).

Ellis mengembangkan model perilaku pencarian informasi dalam delapan tahapan. Sistem model perilaku pencarian informasi terbagi dalam delapan kategori yang dianggap cukup untuk menggambarkan pola pencarian informasi peneliti dan membentuk model perilaku pencarian informasi yaitu *Starting, Chaining, Browsing, Differentiating, Monitoring, Extracting, Verifying*, dan *Ending* (Ellis, 1989, dalam Meho & Tibbo, 2003).

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berkaitan dengan topik kebutuhan informasi dan perilaku pencarian informasi telah diteliti dalam beberapa penelitian terdahulu. Penelitian ini menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang akan dibahas untuk melihat perbedaan dan kesenjangan baik dari pendekatan teori yang digunakan, fokus penelitian, maupun subjek penelitian.

Penelitian pertama, berjudul "Perilaku Informasi Penggemar grup K-Pop NCT Dream di media sosial *Twitter*" oleh Iskandar, dkk (2024). Metode penelitian yang digunakan ialah etnografi virtual dengan pendekatan kualitatif. Menggunakan teori dari price (2017), penelitian ini mengkaji bagaimana perilaku informasi penggemar grup NCT Dream di media sosial *Twitter*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku informasi oleh penggemar K-Pop NCT Dream berlaku dengan realitas yang terjadi secara *offline* maupun *online*.

Penelitian kedua, berjudul "Pengaruh Media Sosial Weverse Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Penggemar K-Pop di Weverse" oleh Zakia, dkk (2024). Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara kedua variabel dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menggunakan teori *uses and gratification*, hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh sebesar 90,4%.

Penelitian ketiga, berjudul "Perilaku Pencarian Informasi Stray Kidz (K-Pop) oleh Kelompok Penggemar Melalui *Twitter*" oleh Basirah & Fahimah, (2025). Metode penelitian yang digunakan ialah penelitian kualitatif dengan metode studi kasus, observasi, dan wawancara. Menggunakan teori Wilson 1996. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas perilaku pencarian informasi telah sesuai dengan teori dari Wilson.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus pembahasan terhadap variabel X dan Y, yang berdasarkan penelitian terdahulu. Kebaruan tersebut berangkat dari munculnya paradigma baru dalam akses dan pencarian informasi melalui media sosial. Dalam konteks ini, penelitian berupaya menyoroti komunitas penggemar K-Pop, baik sebagai individu maupun kelompok, yang secara aktif terlibat dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi informasi.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengambilan metode penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengukur dan menganalisa pengaruh antara variabel-variabel. Populasi dalam penelitian ini ialah anggota komunitas Carat Kediri yang tergabung dalam *WhatsApp Group* dengan jumlah anggota sebanyak 234 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *sampling purposive* yang menjadi teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Siyoto & Sodik, 2015).

Penggunaan rumus slovin digunakan untuk penentuan jumlah sampel.

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

$$n = \frac{234}{1 + (234 \times 0,0025)}$$

$$n = \frac{234}{(1 + 0,585)}$$

$$n = \frac{234}{1,585} = 147,46$$

= 147,46 dibulatkan menjadi 148 orang/
 responden.

Penelitian dilakukan secara *online* dengan rentang waktu 08-26 Januari 2025. Terdapat 3 jenis pengumpulan data yang dilakukan. Pertama, penyebaran kuesioner secara *online* melalui *WhatsApp Group* Carat Kediri dan menghubungi anggota komunitas melalui *personal contact*. Kedua, observasi yang dilakukan secara *online* untuk mengamati aktivitas pertukaran informasi yang dilakukan oleh sesama anggota komunitas Carat Kediri. Ketiga, dokumentasi yang dalam penelitian ini tidak terbatas pada pengambilan gambar, melainkan mencakup akses pada *e-journal* dan *e-book*. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini ialah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear sederhana.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penyebaran kuesioner disusun berdasarkan indikator kebutuhan informasi (X) dan indikator perilaku pencarian informasi (Y).

Tabel 1. Indikator variabel X (kebutuhan informasi)

No.	Indikator	No. Item	Jumlah
1.	Pendekatan kebutuhan informasi terbaru (<i>current need approach</i>).	1, 2	2

No.	Indikator	No. Item	Jumlah
2.	Pendekatan kebutuhan informasi rutin (<i>everyday need approach</i>).	3, 4	2
3.	Pendekatan kebutuhan informasi mendalam (<i>exhaust need approach</i>).	5, 6	2
4.	Pendekatan kebutuhan informasi sekilas (<i>catching-up need approach</i>).	7, 8	2

Tabel 2. Indikator variabel Y (perilaku pencarian informasi)

No.	Indikator	No. Item	Jumlah
1.	Memulai (<i>starting</i>).	9, 10	2
2.	Merantai (<i>chaining</i>).	11, 12, 13	3
3.	Menjelajah (<i>browsing</i>).	14, 15, 16	3
4.	Membedakan (<i>differentiating</i>).	17, 18, 19	3
5.	Memantau (<i>monitoring</i>)	20, 21	2
6.	Menyimpan (<i>extracting</i>)	22, 23	2
7.	Memverifikasi (<i>verifying</i>)	24	1
8.	Mengakhiri (<i>ending</i>).	25, 26	2

Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini salah satunya untuk mengetahui komunitas penggemar K-Pop Carat pada beberapa wilayah di Jawa Timur. Pendataan beberapa komunitas Carat di wilayah Jawa Timur dilakukan sebagai pembandingan sekaligus pengambilan keputusan penggunaan subjek yang diperlukan dalam penelitian.

Tabel 3. Data Komunitas Carat di beberapa Wilayah Jawa Timur

No.	Nama Komunitas	Tahun Aktif	Jumlah Anggota
1.	Carat Kediri	2019	234 anggota
2.	Carat Gresik	2019	180 anggota
3.	Carat Tulungagung	2020	50 anggota
4.	Carat Lamongan	2022	33 anggota
5.	Carat Madiun	2023	153 anggota
6.	Carat Probolinggo	2023	28 anggota

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Uji Prasyarat Analisis

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian awal pada instrumen penelitian dilakukan untuk mengetahui dan melihat validitas pada kuesioner yang akan disebarakan kepada 30 responden. Pengujian validitas dilakukan terlebih dahulu untuk mengetahui valid atau tidaknya butir data. Hasil pada setiap butir pernyataan dapat disebut valid apabila r_{hitung} (*corrected item-total correlation*) memiliki nilai lebih besar (>) dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Nilai r_{tabel} yang digunakan memiliki taraf level signifikan 5% (0,05) dengan nilainya sebesar 0,361.

Hasil perhitungan uji validitas sebanyak 8 item pernyataan pada variabel kebutuhan informasi menunjukkan keseluruhan item dinyatakan valid. Nilai r_{tabel} pada 30 responden (N=30) memiliki nilai sebesar 0,361. Nilai r_{hitung} dari 0481-0,675 > 0,361.

Hasil perhitungan uji validitas sebanyak 18 item pernyataan pada variabel perilaku pencarian informasi melalui media sosial X menunjukkan keseluruhan item dinyatakan valid. Nilai r_{tabel} pada 30 responden (N=30) memiliki nilai sebesar 0,361. Nilai r_{hitung} 0,403-0,732 > 0,361.

Pengujian dilakukan dengan teknik *Alpha Cronbach* yang dapat digunakan untuk menentukan *reliable* atau tidak pada instrumen

penelitian. Data dapat dikatakan *reliable* dalam teknik *Alpha Cronbach* apabila memiliki nilai alpha lebih besar (>) dari 0,6 (Siregar, 2013). Perhitungan nilai r_{kritis} didasarkan dengan nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,6. Uji reliabilitas pada variabel kebutuhan informasinya dinyatakan *reliable* dikarenakan nilai r_{alpha} 0,762 > 0,6. Uji reliabilitas pada variabel perilaku pencarian informasi dinyatakan *reliable* dikarenakan nilai r_{alpha} 0,850 > 0,6.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas *kolmogorov-Smirnov* merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Data termasuk dalam kategori berdistribusi normal ketika signifikansi >0,05 (Siregar, 2013). Hasil pengujian normalitas menunjukkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Nilai signifikansi pada data diambil pada nilai *Asymp. Sig.* sebesar 0,510 yaitu 0,510 > 0,05.

c. Uji Linearitas

Mengetahui hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dilakukan dengan uji linearitas. Dasar pengambilan keputusan data dikatakan linear ketika nilai *Sig. Deviation fro linearity* memiliki nilai lebih besar (>) dari 0,05. Berdasarkan hasil pengujian linearitas yang dilakukan, dapat dikatakan bahwa data bersifat linear. Dasar pengambilan nilai didasarkan pada *Deviation from Linearity* yaitu 0,221 > 0,05.

2. Analisis deskriptif

Penggunaan nilai *mean* (rata-rata) digunakan dalam metode analisis deskriptif. Setelah menghitung rata-rata skor, data dikategorikan dan diklasifikasikan dalam kategori skala. Variabel kebutuhan informasi nilai indikator tertinggi ialah *current need approach* pada item X1 dan X2 dengan nilai *mean* 4,41. Variabel perilaku pencarian informasi nilai indikator tertinggi ialah *starting* pada item Y1 dan Y2 dengan nilai *mean* 4,35.

3. Uji Regresi Linear Sederhana

a. Uji Parsial (t)

Uji nilai statistik t dilakukan untuk menunjukkan pengaruh antara masing-masing variabel. Nilai signifikansi ditentukan apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	33,820	4,814		7,026	,000
Kebutuhan Informasi	1,202	,146	,564	8,254	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Pencarian Informasi

Gambar 1: Regresi Linier Sederhana
 Sumber. data peneliti, 2025

Berdasarkan hasil data dari uji analisis regresi diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 8,254 dengan nilai signifikansi 0,000. Perhitungan untuk mengukur derajat kebebasan dalam uji t ialah sebagai berikut:

$$df = n - k - 1$$

$$n = 148 \text{ (jumlah sampel)}$$

$$k = 1 \text{ (jumlah variabel independent)}$$

$$df = 148 - 1 - 1 = 146$$

Penentuan nilai t_{tabel} menggunakan perhitungan dari Python yaitu untuk nilai 146 diperoleh t_{tabel} sebesar 1,977. Berdasarkan perolehan nilai t_{hitung} 8,254 $>$ 1,977. Hal tersebut dapat diartikan bahwa variabel X yang diuji berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y pada tingkat signifikansi 5% (0,05).

Persamaan regresi sederhana berdasarkan data pada tabel hasil uji parsial (t) diketahui bahwa nilai konstanta 33,820 dan koefisien regresi sebesar 1,202. Perhitungan perolehan regresi sebagai berikut:

Nilai konstanta (a) 33,820 menunjukkan bahwa jika kebutuhan informasi (X) bernilai 0, maka nilai perilaku pencarian informasi adalah 33,820 satuan. Koefisien regresi 1,202 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan kebutuhan informasi, akan meningkatkan perilaku pencarian informasi sebesar 1,202

satuan.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi memberikan besaran persentase dari pengaruh keseluruhan variabel bebas (X) dalam analisis regresi terhadap variabel terikat (Y). Koefisien determinasi merupakan angka yang menyatakan kontribusi atau sumbangan oleh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Siregar, 2013). Tafsiran nilai *R-Square* dikelompokkan dalam beberapa kategori yaitu kuat apabila memiliki nilai $> 0,67$. Moderat apabila memiliki nilai $> 0,33$ tetapi lebih rendah dari 0,67. Lemah apabila $> 0,19$ tetapi lebih rendah dari 0,33 (Chin, 1998).

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,564 ^a	,318	,314	7,475

a. Predictors: (Constant), Kebutuhan Informasi

b. Dependent Variable: Perilaku Pencarian Informasi

Gambar 2. Tabel R square

Sumber data peneliti, 2025

Berdasarkan data pada tabel perolehan nilai (*R square*) sebesar 0,318 yang dapat dikatakan, variabel bebas (X) memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (Y) sebesar 31,8% dari hasil yang telah diteliti. Kategori dari nilai *R square* sebesar 0,318 tergolong dalam kategori lemah, karena berada pada rentang nilai 0,19 dan lebih rendah dari 0,33. Dari nilai tersebut, diketahui bahwa variabel bebas memberikan pengaruh pada variabel terikat. Persentase pengaruh antara kebutuhan informasi dengan perilaku pencarian informasi ialah sebesar 31,8%.

D. Pembahasan

Kebutuhan Informasi

Pendekatan informasi untuk mengukur kebutuhan informasi individu menurut Guha terbagi ke dalam empat indikator, yaitu *current need approach*, *everyday need approach*, *exhaust need approach*, dan *catching-up need approach*.

Berdasarkan perhitungan frekuensi tertinggi dari nilai rata-rata (*mean*) tiap indikator, diketahui bahwa indikator tertinggi adalah *current need approach* atau pendekatan kebutuhan informasi terbaru dengan nilai *mean* sebesar 4,41.

Kebutuhan informasi terbaru dalam konteks ini mencerminkan dorongan Carat untuk memperoleh informasi terbaru mengenai Seventeen melalui media sosial X. Sebanyak 76 responden menyatakan sangat setuju dan sebanyak 55 responden menyatakan setuju. Dari hasil tersebut diketahui bahwa persentase keduanya sebesar 88%. Individu menyadari kebutuhan informasinya dan memilih media untuk memenuhi kebutuhan tersebut (Katz, Blumer, dan Gurevitch, dalam (Lin, 1999).

Berdasarkan teori *uses and gratification*, penggunaan media atau saluran tertentu dilakukan sebagai hasil dari keputusan, kebiasaan, atau hal yang disengaja oleh individu. Dalam hal ini, individu memilih memenuhi kebutuhan informasinya dengan menggunakan berbagai media pencarian, salah satunya menggunakan media sosial X.

Media sosial X menjadi sarana pemenuhan kebutuhan informasi terbaru karena memudahkan Carat untuk mengikuti perkembangan terkini Seventeen. Sebanyak 84 responden menyatakan sangat setuju dan sebanyak 48 responden menyatakan setuju sehingga total persentase keduanya mencapai 89%. Temuan ini mengindikasikan bahwa media sosial X secara signifikan memfasilitasi individu dalam mengikuti perkembangan informasi terkait Seventeen.

Kemudahan akses terhadap sumber informasi dapat memengaruhi tingkat motivasi individu dalam mencari dan menggunakan informasi (Thomas D Wilson, 1999). Dalam konteks penelitian ini, kemudahan akses pada media sosial X berkontribusi meningkatkan motivasi responden dalam melakukan pencarian dan pemanfaatan informasi.

Perilaku Pencarian Informasi

Pendekatan yang digunakan dalam mengamati perilaku pencarian informasi pada penelitian ini adalah teori perilaku pencarian informasi dari David Ellis (1989). Perilaku pencarian informasi Ellis dijabarkan dalam delapan indikator untuk mengukur kebutuhan informasi individu yaitu *starting, chaining, browsing, differentiating, monitoring, extracting, verifying* dan *ending*. Perhitungan frekuensi tertinggi dari nilai rata-rata (*mean*) pada setiap indikator menunjukkan bahwa dalam variabel perilaku pencarian informasi, indikator tertinggi ialah *starting* atau memulai dengan nilai *mean* sebesar 4,35.

Kegiatan memulai atau mengawali pencarian informasi ini meliputi aktivitas mengikuti akun resmi Seventeen di media sosial X. Sebanyak 93 responden memilih jawaban sangat setuju dan sebanyak 55 responden memilih jawaban setuju sehingga total persentase keduanya mencapai 100%. Hal tersebut menunjukkan adanya kecenderungan responden untuk mengikuti akun resmi Seventeen di media sosial X. Individu perlu mempertimbangkan jalur termudah dalam melakukan pencarian informasi sehingga proses pencarian berlangsung lebih efisien.

Konsep *information scent* merujuk pada petunjuk yang membantu individu menilai kedekatan suatu sumber dengan informasi yang dicari (Pirolli, 1999). Dalam penelitian ini, mengikuti akun resmi Seventeen di media sosial X dipandang sebagai strategi yang mengarahkan responden lebih dekat pada informasi yang relevan dengan kebutuhan.

Berdasarkan item kuesioner mengenai kemudahan memperoleh informasi awal melalui media sosial X, sebanyak 60 responden memilih jawaban setuju dan sebanyak 60 responden memilih jawaban sangat setuju. Berdasarkan total keseluruhan, diketahui bahwa persentase keduanya sebesar 81%. Temuan ini mengindikasikan adanya

kecenderungan bahwa media sosial X menjadi sumber utama bagi responden dalam memperoleh informasi awal terkait Seventeen.

Kegiatan awal seperti mengikuti akun resmi Seventeen dapat memicu rekomendasi algoritmik menyesuaikan riwayat penelusuran sebelumnya. Dalam konteks media sosial X, algoritma berperan sebagai pengontrol aliran rekomendasi informasi kepada pengguna. Sistem media bertindak sebagai penyaring informasi (Pamela J. Shoemaker, 2009). Media sosial X dengan algoritmanya memudahkan penemuan informasi awal terkait Seventeen.

Pengaruh kebutuhan informasi terhadap perilaku pencarian informasi

Berdasarkan hasil pengujian, nilai koefisiensi determinasi (R^2) sebesar 0,318 menunjukkan bahwa 31,8% variasi perilaku pencarian informasi dapat dijelaskan oleh kebutuhan informasi. Artinya, variabel bebas (X) memberikan kontribusi sebesar 31,8% kepada variabel terikat (Y). Selain itu, hasil perhitungan persentase tertinggi terdapat pada indikator pendekatan informasi terbaru dengan nilai 51%. Sementara pada variabel perilaku pencarian informasi, persentase tertinggi sebesar 63% terdapat pada indikator memulai. Temuan ini mengindikasikan bahwa kebutuhan informasi terbaru menjadi faktor dominan dalam mendorong perilaku pencarian informasi, khususnya pada tahap awal pencarian.

Pendekatan kebutuhan informasi terbaru berpengaruh terhadap proses pencarian informasi awal yang dilakukan individu untuk memperluas pengetahuan. Dalam penelitian ini, kebutuhan informasi terbaru mengenai Seventeen mencakup *schedule* aktivitas grup maupun individu, jadwal konser, jadwal *fansign* atau *fanmeeting*, maupun jadwal pemotretan majalah dan iklan. Informasi terkait Seventeen menjadi kebutuhan utama penggemar dalam memenuhi dorongan mereka untuk mengetahui aktivitas idolanya.

Individu yang memiliki kebutuhan informasi terbaru terkait Seventeen berupaya menuntaskan kesenjangan pengetahuan dengan melakukan pencarian melalui media sosial X. Memulai pencarian menjadi salah satu strategi utama dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Salah satu bentuk kegiatan memulai pencarian adalah mengikuti akun resmi Seventeen yang berfungsi sebagai alternatif untuk memperoleh informasi terbaru mengenai aktivitas grup.

Media sosial X digunakan oleh Seventeen untuk mengunggah informasi terbaru, sehingga individu dapat melakukan pencarian dengan mengakses akun resmi grup tersebut. Hubungan antara kebutuhan informasi dan perilaku pencarian informasi bersifat kausal. Kebutuhan mendorong munculnya perilaku pencarian sehingga keduanya saling berkaitan.

E. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, kebutuhan informasi terbukti berpengaruh terhadap perilaku pencarian informasi penggemar K-Pop Carat Kediri melalui media sosial X. Besarnya pengaruh yang ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,318 mengindikasikan bahwa kebutuhan informasi memberikan kontribusi sebesar 31,8% terhadap variasi perilaku pencarian informasi. Nilai R^2 tersebut tergolong dalam kategori lemah karena berada pada rentang nilai 0,19 dan 0,33. Meskipun demikian, kebutuhan informasi mengenai *boy group* Seventeen terbukti memotivasi anggota komunitas Carat Kediri untuk melakukan aktivitas pencarian informasi melalui media sosial X. Hasil analisis juga menunjukkan nilai signifikansi sebesar ($0,000 < 0,05$) sehingga hipotesis (H_a) penelitian dapat diterima.

Saran

Persentase pengaruh kebutuhan informasi terhadap perilaku pencarian informasi dalam

penelitian ini sebesar 31,8% yang tergolong lemah karena berada pada rentang 19-33%. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya secara teoritis disarankan untuk menambahkan variabel lain sehingga dapat memperluas implementasi baik dalam ranah teori maupun praktik.

Berdasarkan fokus dan topik penelitian, subjek penelitian dapat diperluas pada populasi yang lebih besar, misalnya komunitas penggemar K-Pop di seluruh wilayah Jawa Timur. Hal tersebut dapat dilakukan sehingga hasil penelitian mencerminkan kelompok yang lebih heterogen.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Alhusna, F. N., & Masruroh, S. (2021). Model Perilaku Pencarian Informasi dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi: Kajian literatur. *Indonesian Journal of Academic Librarianship*, 5(1), 19–28. <http://journals.apptisjatim.org/index.php/ijal/article/view/100/56>
- Alyusi, S. D. (2016). *Media Sosial, Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Basirah, H., & Fahimah, A. (2025). Perilaku Pencarian Informasi Stray Kidz (K-Pop) oleh Kelompok Penggemar melalui Twitter. *Jurnal Ilmu Informasi, Perpustakaan dan Kearsipan* 27(1), 50-63. 10.7454/JIPK.v27i1.1130
- Candra, T. (2023). *Tren Budaya Korean Pop (K-Pop) terhadap Perubahan Perilaku Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung*. <https://repository.radenintan.ac.id/31588/>
- Chin. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. In *Modern Methods for Business Research*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Iskandar, F., Laksmi, Irawati, I, & Wijayanti, L. Perilaku Informasi Penggemar K-Pop NCT Dream di Media Sosial Twitter. (2024). *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 20(1), 62-74. <https://doi.org/10.022146/bip.v19i1.7130>
- Kuhlthau, C. C. (1991). Inside The Search Process: Information Seeking from The User's Perspective. *Journal of the American Society for Information Science*, 42(5), 361–371. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-4571\(199106\)42:5<361::AID-AS16>3.0.CO;2-%23](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-4571(199106)42:5<361::AID-AS16>3.0.CO;2-%23)
- Meho, L. I., & Tibbo, H. R. (2003). Modeling the Information-Seeking Behavior of Social Scientists: Ellis's Study Revisited. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 54(6), 570–587. <https://doi.org/https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/asi.10244>
- Monica, V., & Rosari, R. B. (2020). Penggunaan Media Sosial pada Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya. *Scriptura*, 9(2), 71–81. <https://doi.org/10.9744/scriptura.9.2.71-81>
- Pamela J. Shoemaker, T. P. V. (2009). *Gatekeeping Theory*. Taylor & Francis e-Library.
- Pasaribu, B. M., Winoto, Y., Lies, U., & Khadijah, S. (2022). Twitter sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar Musik Korea di Indonesia. *Jurnal Ilmu Informasi Perpustakaan Dan Kearsipan*, 10(02), 7–15. <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/iipk/index>
- Ryo, R., & Rusdi, F. (2021). Pengaruh Praktik Citizen Journalism terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat pada Akun Instagram @ JKTINFO di Jakarta. *Koneksi*, 5(2), 338. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10333>
- Sawant, S. (2015). Krikelas' Model of Information Seeking Behavior (1983). *Information Seeking Behavior and Technology Adoption: Theories and Trends*, 1983, 59–80. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8156-9.ch005>
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*.
- We Are Social. (2024). Digital 2024: Indonesia. Diakses pada 20 Oktober 2024, dari

<https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>

Wilson, T. D. (2000). Human Information Behavior. *Informing Science*, 3(2), 49–55. <https://doi.org/10.28945/576>

Wilson, Thomas D. (1999). *Models in Information Behaviour Research*. June. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000007145>

Yusup, M. P., & Subekti, P. (2010). *Teori dan Praktik Penelusuran Informasi (Information Retrieval)*. Jakarta: Kencana.

Zakia, R., Dianita, I, & Rochimah, A. (2024). Pengaruh Media Sosial Weverse terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada Penggemar K-Pop di Weverse. *e-Proceeding of Management*, 11(6), 6931-6941.

