

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelusuran penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan, terdapat sepuluh penelitian terdahulu yang relevan dan dijadikan sebagai referensi serta pendukung penelitian ini. Kesepuluh penelitian terdahulu tersebut akan dipetakan berdasarkan topik dan permasalahan, teori dan konsep, metodologi dan hasil penelitian.

Berdasarkan topik dan permasalahan yang diteliti, terdapat 3 penelitian yang membahas tentang pengaruh media sosial terhadap kebutuhan informasi (Indriyani, Bambang, & Hapsar, 2020; Helen & Rusdi, 2018; Nia & Loisa, 2019), perilaku pencarian informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Ninis, Winoto, & Damayanti, 2018), pengaruh program acara terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Situmeang, 2016), perilaku konsumsi media oleh kalangan remaja dalam pencarian informasi (Krisnawati, 2016), pengaruh penggunaan layanan aplikasi digital terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Rijallahudin, Ratnamulyani, & Kusumadinata, 2016), perilaku pencarian informasi melalui media *online* (Destrian, Wahyudin, & Mulyana, 2018), efektivitas akun instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Fauziyyah & Rina, 2020) dan hubungan penggunaan Instagram terhadap kebutuhan informasi (Desfiana & Karsa, 2021)

Berdasarkan teori dan konsep yang digunakan, penelitian tersebut menggunakan konsep pencarian informasi dari David Ellis (Ninis, Winoto, & Damayanti, 2018), teori *uses and gratification* (Indriyani, Bambang, & Hapsar, 2020; Helen & Rusdi, 2018; Nia & Loisa, 2019; Desfiana & Karsa, 2021), teori ketergantungan (Krisnawati, 2016), konsep kebutuhan informasi menurut Guha (Ninis, Winoto, & Damayanti, 2018; Helen & Rusdi, 2018; Fauziyyah & Rina, 2020; Desfiana & Karsa, 2021), kebutuhan informasi menurut Katz, Gurevitch, & Haas (Indriyani, Bambang, & Hapsar, 2020; Situmeang, 2016; Rijallahudin, Ratnamulyani, & Kusumadinata, 2016) dan teori pengharapan (Nia & Loisa, 2019).

Berdasarkan metodologi penelitian, delapan dari sepuluh penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei (Ninis, Winoto, & Damayanti, 2018; Indriyani, Bambang, & Hapsar, 2020; Situmeang, 2016; Krisnawati, 2016; Rijallahudin, Ratnamulyani, & Kusumadinata, 2016; Helen & Rusdi, 2018; Fauziyyah & Rina, 2020; Desfiana & Karsa, 2021) dan dua penelitian lainnya menggunakan pendekatan kualitatif (Destrian, Wahyudin, & Mulyana, 2018) dan pendekatan campur (kuantitatif dan kualitatif) dengan metode studi kasus (Nia & Loisa, 2019).

Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar menyatakan bahwa terdapat pengaruh media sosial dengan kebutuhan informasi (Indriyani, Bambang, & Hapsar, 2020; Helen & Rusdi, 2018; Nia & Loisa, 2019; Fauziyyah & Rina, 2020), internet sebagai media utama dalam pencarian

informasi dan memenuhi kebutuhan informasi (Ninis, Winoto, & Damayanti, 2018; Krisnawati, 2016; Destrian, Wahyudin, & Mulyana, 2018), terdapat hubungan yang nyata antara penggunaan *google play* dengan pemenuhan kebutuhan informasi (Rijallahudin, Ratnamulyani, & Kusumadinata, 2016), terdapat pengaruh yang kuat program acara Mata Nazwa terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Situmeang, 2016) dan terakhir terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan Instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi (Desfiana & Karsa, 2021).

Penelitian ini menggabungkan konsep pencarian informasi menurut Kuhlau yang mencakup dimensi *initiation, selection, exploration, formulation, collection* dengan konsep kebutuhan informasi menurut Katz, Gurevitch, dan Haas yang mencakup dimensi kebutuhan kognitif dan kebutuhan afektif.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama/Tahun/Judul Peneliti	Masalah Penelitian	Teori/Konsep	Metodologi	Hasil Penelitian
1	Helen, Farid Rusdi / 2018 / Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers	Pengaruh penggunaan akun instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi <i>followers</i> .	Teori <i>Uses and Gratification</i> , Konsep <i>New Media</i> , Media Sosial, dan Kebutuhan Informasi	Kuantitatif, Penyebaran kuesioner dengan <i>nonprobability sampling</i> dan teknik <i>sampling insidental</i>	Penggunaan media sosial akun instagram @jktinfo memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi <i>followersnya</i> .
2	Lea Nia dan Rirs Loisa / 2019 / Pengaruh Penggunaan <i>New Media</i> Terhadap Pemenuhan Kebutuhan (Studi Tentang Media Sosial <i>Facebook</i> Dalam Pemenuhan Informasi di Kalangan Ibu Rumah Tangga)	Pengaruh Penggunaan <i>Facebook</i> terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi	Teori <i>Uses and Gratification</i> , Teori Nilai Dugaan, Teori Media Baru, Konsep Penggunaan Internet, Pemenuhan Kebutuhan, dan Media Sosial	Penggabungan dari pendekatan kuantitatif dan kualitatif, dan menggunakan metode studi kasus.	Terdapat pengaruh dari variabel Penggunaan <i>Facebook</i> terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Kalangan Ibu Rumah Tangga, serta alasan yang paling umum ibu rumah tangga memilih <i>Facebook</i> karena dirasa lebih familiar, mudah, dan lengkap.
3	Ilona V. Oisina Situmeang / 2016 / Pengaruh Program Acara Mata Najwa Terhadap	Pengaruh program acara Mata Najwa terhadap tingkat kebutuhan informasi	Konsep Program Acara, Penyebaran Informasi, dan	Kuantitatif (eksplanatif dan deskriptif),	Terdapat pengaruh yang kuat program acara Mata Nazwa terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

	Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survey Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia, Jakarta)		Kebutuhan Informasi	Teknik <i>Simple Random Sampling</i>	
4	Ester Krisnawati / 2016 / Perilaku Konsumsi Media Oleh Kalangan Remaja Dalam Pencarian Informasi (Studi Kasus Perilaku Remaja di Kota Salatiga dalam Penggunaan Media Dalam Perspektif Teori Ketergantungan Media)	Bagaimana perilaku remaja dalam konsumsi media untuk pencarian informasi dalam perspektif teori ketergantungan media.	Teori Ketergantungan, Konsep Motif Penggunaan Media, dan Media Massa Konvensional dan <i>New Media</i>	Deskriptif, Kuantitatif, Teknik <i>Simple Random Sampling</i>	Internet merupakan media yang paling sering digunakan oleh remaja di Salatiga dalam mencari informasi dan hal ini menandakan bahwa tingkat ketergantungan remaja terhadap Internet untuk mencari informasi sangat tinggi dibanding media lainnya
5	Ai Dasriyah Ninis, Yunus Winoto, dan Agustini Damayani / 2018 / Perilaku Pencarian Informasi Para Pecatur Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi	Perilaku pencarian informasi dalam memenuhi kebutuhan informasi.	Konsep perilaku pencarian informasi dan kebutuhan informasi	Kuantitatif deskriptif dengan metode angket, wawancara, dan studi pustaka.	Sebagian besar pecatur menggunakan internet sebagai sumber informasi rujukan, untuk menunjang informasi yang telah diperoleh pecatur melakukan penelusuran melalui internet juga, pecatur memilih informasi yang mudah dipahami
6	Ope Destria, Uud Wahyudin, dan Slamet	Pencarian informasi melalui <i>media online</i> ;	Konsep Media <i>Online</i>	Kualitatif, Studi Kasus	Mereka merasa belum cukup mendapatkan penyuluhan

	Mulyana / 2018 / Perilaku Pencarian Informasi Pertanian melalui Media Online pada Kelompok Petani Jahe	bagaimana pola komunikasi dalam mengimplementasikan pencarian informasi; dan peranan informasi dalam pemecahan masalah			dalam pengetahuan pertanian, sehingga ketua kelompok perlu untuk memperbaiki pola bercocok tanam jahe melalui media online; Petani mendapatkan informasi pertanian yang dibutuhkan melalui media online yaitu <i>Google, Yahoo, Facebook, dan Twitter</i> dan selanjutnya mendapatkan bantuan dari pakar pertanian di bidang jahe gajah; Pola komunikasi yang dilakukan oleh petani dan ketua kelompok petani setiap hari selalu menggunakan <i>media online</i> ; Penggunaan <i>media online</i> terhadap petani sangat cocok untuk diimplementasikan tentang tanaman jahe gajah pada Desa Putri Dalem, Jatitujuh, Majalengka.
7	Rijallahudin, IA Ratnamulyani, AA Kusumadinata / 2016 / Pengaruh Penggunaan	Pengaruh Penggunaan Layanan Aplikasi Digital Google Play Dalam Smartphone	Konsep Penggunaan Layanan, Konsep Aplikasi <i>Google Play</i> , dan	Deskriptif, Kuantitatif, Teknik <i>Simple Random Sampling</i>	(1) perkembangan teknologi komunikasi dimanfaatkan dengan baik oleh responden dengan penggunaan layanan

	Layanan Aplikasi Digital Google Play Dalam Smartphone Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa	Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi	Kebutuhan Informasi.		aplikasi digital google play sebagai media untuk menambah informasi dan hiburan. (2) faktor yang memengaruhi penggunaan layanan aplikasi digital Google Play adalah kebutuhan afektif, Kebutuhan kognitif, Kebutuhan berkhayal, Kebutuhan integratif personal dan kebutuhan integratif sosial, serta (3) terdapat hubungan yang nyata antara penggunaan google play dengan pemenuhan kebutuhan informasi.
8	Siti Nurbaiti Fauziyyah dan Nofha Rina / 2020 / Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers	Pengaruh dari efektivitas akun Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi <i>followers</i> .	Konsep Media Sosial, Instagram, Efektifitas, Dan Kebutuhan Informasi.	Kuantitatif, Deskriptif, Penyebaran Kuesioner.	Adanya pengaruh dari efektivitas akun Instagram @infobandungraya sebesar 55,95% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi <i>followers</i> yang didukung oleh faktor-faktor seperti keakuratan berita, kejelasan berita, dan memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan <i>followers</i> -nya

9	Mesi Indriyani, A.A Bambang, Dian Tri Hapsari / 2020 / Efektivitas Penggunaan Media <i>Online</i> Tirto.Id terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Berita Livi Zheng	Efektivitas media <i>online</i> sebagai pemenuhan kebutuhan informasi	Teori <i>Uses and Gratification</i> , Konsep Efektivitas, <i>Media Online</i> , Penggunaan Media, Kebutuhan Informasi	Kuantitatif Eksplanatif dengan metode survei,	Terdapat hubungan yang tidak terlalu signifikan antara variabel X (penggunaan media online) terhadap variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi).
10	Muhamad Fauzi Rohimat Desfiana dan Satya Indra Karsa / 2021 / Hubungan Penggunaan Instagram Simamaung dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers	Hubungan antara penggunaan media sosial Instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi followers	Teori <i>Uses and Gratification</i> , Konsep Penggunaan Media, Isi Media, Isi Pesan, Kebutuhan Informasi	Kuantitatif Deskriptif	Terdapat hubungan yang signifikan dan sedang antara penggunaan media sosial Instagram Simamaung dengan pemenuhan kebutuhan informasi followers mengenai Persib Bandung.

2.2 Teori dan Konsep

Penelitian ini menggunakan teori dan konsep yang relevan dengan topik penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification*, konsep pencarian informasi, dan konsep pemenuhan kebutuhan informasi.

2.2.1 *Uses and Gratification Theory*

Teori *uses and gratification* mengatakan bahwa pengguna media dapat memainkan peran aktif dalam proses berkomunikasi untuk menentukan media terbaik yang akan mereka pilih dan menggunakan media tersebut untuk memuaskan kebutuhannya (Oktarina & Abdullah, 2017, p. 89).

Teori *uses and gratification* memberikan kerangka berpikir untuk memahami bagaimana dan kapan individu mengonsumsi media menjadi lebih atau kurang aktif dan berdampak pada meningkatnya atau menurunnya keterlibatan (Suherman, 2020, p. 69).

Lima asumsi dasar teori *uses and gratification* menurut Katz, Blumer, dan Gurevitch dalam Suherman (2020, p. 70) adalah orang yang aktif dengan menggunakan media sebagai tujuan mereka; khalayak berinisiatif atas keterlibatan pemuasan kebutuhan dalam memilih sebuah media; kebutuhan khalayak dipenuhi oleh media dan sumber-sumber lain secara bersama-sama; khalayak cukup memiliki kesadaran atas ketertarikan, penggunaan media dan motif; dan khalayak yang dapat menentukan penilaian terhadap isi media.

Seiring perkembangan waktu, media juga terus berkembang dan penelitian mengenai teori *uses and gratification* pun terus dilakukan untuk memeriksa kebutuhan dan gratifikasi pengguna media baru selama satu dekade. Penelitian dilakukan pada konteks internet, situs jejaring sosial, laman personal, komputer personal, *gaming*, komunitas virtual dan *World Wide Web*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa teori *uses and gratification* mampu memberikan deskripsi yang cukup komprehensif dalam memahami gratifikasi dan motivasi pengguna atau khalayak dalam memilih sebuah media tertentu, baik media massa konvensional maupun media baru, seperti internet (Monggilo, 2016, p. 36).

Temuan dari penelitian yang membahas mengenai *uses and gratification* juga membuktikan bahwa motivasi penggunaan suatu media tidak dipengaruhi oleh unsur kebaruan yang dimiliki oleh suatu media. Media massa maupun media baru adalah dua *platform* media yang keduanya dapat diposisikan oleh individu atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan mendapatkan kepuasan tertentu. (Monggilo, 2016, p. 38).

2.2.2 Pencarian Informasi

Perilaku pencarian informasi dilakukan oleh seseorang untuk mencari, mengumpulkan, dan menggunakan informasi yang dibutuhkan dengan tujuan pribadi maupun kelompok (Rodin, 2021, p. 46)

Berdasarkan teori *uses and gratification* dengan asumsi khalayak berperan aktif memilih media demi memenuhi kebutuhannya, maka dalam fokus penelitian ini khalayak akan mencari informasi dengan tahapan-tahapan yang akan memenuhi informasi yang dibutuhkannya.

Model *Information Search Process* (ISP) Kuhlthau, berfokus pada perkembangan temporal tahapan berdasarkan beberapa studi longitudinal yang telah berpengaruh dan merupakan model yang paling banyak dikutip dalam ilmu perpustakaan dan bidang ilmu informasi. Aspek utama dari model ini adalah melihat pencarian informasi sebagai proses konstruksi pengetahuan di enam tahapan, di mana ketidakpastian pengguna berfluktuasi (Fu & Oostendorp, 2020, p. 116)

Terdapat enam tahap proses pencarian informasi dalam model Kuhlthau (Kuhlthau dalam Tella (2016, pp. 88-89)). Tahapan pertama dalam prosedur pencarian informasi, yaitu *Task Initiation*. Pengguna mencari kembali informasi dasar dan menjadi sadar akan kebutuhan informasi, di mana pengguna mungkin memiliki perasaan tidak mungkin dan pikiran yang tidak jelas. *Selection* sebagai tahap kedua di mana pendekatan harus diikuti pengidentifikasian dan topik umum untuk pencarian informasi yang dipilih. Perasaan ketidakpastian berubah menjadi optimisme setelah tahap ini dan pengguna siap untuk mencari. Jika pendekatan yang akan diikuti gagal untuk mengambil yang sesuai dengan materi, mungkin perasaan cemas akan hadir kembali sampai masalah diselesaikan.

Exploration sebagai tahapan ketiga di mana pengguna menyelidiki informasi tentang topik umum yang dipilih dan mencari informasi yang relevan. Namun, pengguna tidak yakin dengan informasi yang dibutuhkan dan dengan demikian mungkin merasa bingung, pusing, ragu, dan kehilangan kepercayaan. Tahapan keempat, yaitu *Focus Formulation*. Tahapan ini menandai proses pencarian informasi di mana pengguna menyelesaikan ketidakpastian mereka karena menjadi jelas bagi pengguna, informasi mana yang mereka butuhkan sehingga mereka dapat fokus pada informasi tersebut dan dengan demikian membuat tingkat kepercayaan pengguna meningkat.

Collection sebagai tahapan kelima memulai interaksi antara pengguna dan sistem informasi. Tugas pengguna adalah mengumpulkan semua informasi relevan yang diakui pada langkah sebelumnya. Sejak pengguna memiliki arah yang jelas, pengguna dengan mudah mengidentifikasi informasi yang dikumpulkan. Kepercayaan diri pengguna semakin terus meningkat dan rasa ketidakpastian mereda, dan *Presentation/Search Closure* sebagai tahap akhir dari ISP model. Setelah proses pencarian informasi lengkap dengan pemahaman baru, pengguna memberdayakan hal ini untuk mendeskripsikan apa yang mereka pelajari kepada orang lain. Tugas selanjutnya adalah mempersiapkan hasil untuk dipresentasikan atau bagaimana pengguna memilih untuk menggunakan informasi tersebut. Jika presentasi tersebut sukses, pengguna akan merasa lega.

2.2.3 Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Seseorang yang kekurangan informasi akan berupaya mencari informasi untuk memenuhi kebutuhannya dikarenakan memiliki kesenjangan dalam pengetahuannya (Tjiptasari & Ridwan dalam Pandrianto, Oktavianti & Sari (2020, p. 120)).

Berikut lima kategori golongan kebutuhan informasi berdasarkan literatur tentang psikologis media massa dan fungsi-fungsi sosial (Katz, Gurevitch, & Haas dalam Pandrianto, Oktavianti & Sari (2020, p. 120)), yaitu kebutuhan kognitif, yaitu kebutuhan untuk memahami, mengetahui, dan mendapatkan informasi; kebutuhan afektif, yaitu kebutuhan mengenai pengalaman menyenangkan, estetis, dan emosional; kebutuhan integratif personal, yaitu kebutuhan untuk memperkuat kredibilitas dan memperkuat status diri; kebutuhan integratif sosial, yaitu kebutuhan untuk mempererat hubungan dengan teman, keluarga, dan lingkungan sosial; dan kebutuhan pelepasan tegangan, yaitu kebutuhan untuk pengalihan dan pelarian dari sebuah masalah.

2.3 Kaitan Pencarian Informasi dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Secara teoritis, pencarian informasi merupakan sebuah upaya menemukan informasi untuk memenuhi kebutuhan informasinya hingga mencapai sebuah tujuan tertentu. upaya penemuan tersebut dapat dilakukan dengan berinteraksi dengan informasi manual maupun informasi berbasis

computer (Rodin, 2021, p. 45). Kebutuhan informasi mendorong manusia untuk memenuhi keinginannya dalam mencari dan mendapatkan informasi. Seseorang akan termotivasi dan berpikir untuk mendapatkan informasi tersebut (Mulyadi, 2021, p. 90).

Secara empiris, penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya (Desfiana & Karsa, 2021; Fauziyyah & Rina, 2020; Helen & Rusdi, 2018; Indriyani, Bambang, & Hapsar, 2020; Nia & Loisa, 2019; Ninis, Winoto, & Damayanti, 2018) memfokuskan tentang kaitan antara pencarian informasi dengan pemenuhan kebutuhan informasi dengan hasil terdapat pengaruh pencarian informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

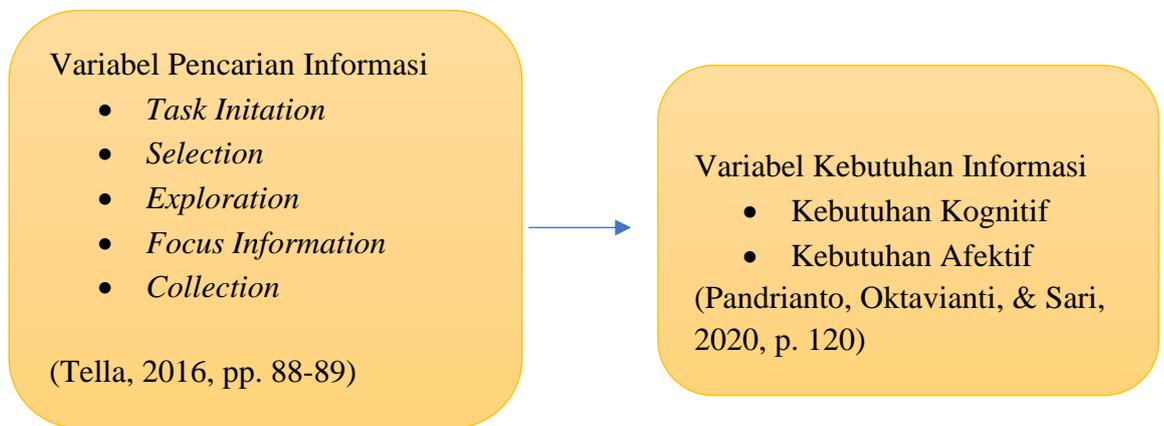
2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori-konsep dan penelitian-penelitian terdahulu dapat ditarik benang merah bahwa seseorang menggunakan media untuk mengurangi kecemasan dengan cara mencari informasi untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Penelitian ini menggunakan variabel independen pencarian informasi dengan lima dimensi, yaitu *task initiation*, *selection*, *exploration*, *focus information*, dan *collection* (Tella, 2016). Penelitian ini tidak menggunakan tahapan *presentation* dikarenakan penelitian hanya berfokus sampai pencarian informasi tidak sampai tahapan khalayak menggunakan informasi tersebut lebih lanjut, sedangkan untuk variabel dependen penelitian ini menggunakan pemenuhan kebutuhan informasi dengan dua dimensi, yaitu kebutuhan kognitif dan kebutuhan afektif

(Pandrianto, Oktavianti, & Sari, 2020). Dalam penelitian ini, pemenuhan kebutuhan informasi hanya sampai tahap afektif dikarenakan ingin berfokus sampai pada tahap pengurangan ketidakpastian khalayak.

Teori *uses and gratification* digunakan untuk menjelaskan kerangka berpikir bahwa pengguna media sebagai khalayak aktif dalam menentukan media untuk memuaskan kebutuhannya.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



2.5 Hipotesis Teoretis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis teoretis yang diajukan dalam penelitian ini adalah pencarian informasi akan berpengaruh dalam memenuhi kebutuhan informasi khalayak.