

# Penggunaan Instagram @Soloinfo dalam Menyebarkan Informasi di Surakarta Tahun

2023

## The Use of Instagram @Soloinfo in Disseminating Information in Surakarta in 2023

Arizka Alfajri<sup>1</sup>, Drs. Maya Sekar Wangi, M.Si<sup>2</sup>

alfajriarizka@gmail.com

Ilmu Komunikasi, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Slamet Riyadi Surakarta

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan akun Instagram @soloinfo sebagai media penyebaran informasi kepada masyarakat di Surakarta tahun 2023. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Objek penelitian ini adalah akun Instagram @soloinfo. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, sehingga informan penelitian ini terdiri dari empat orang yaitu Galih Handoko sebagai founder dan tiga informan *followers* akun Instagram @soloinfo. Akun Instagram @soloinfo yang memanfaatkan Instagram dengan berbagai fitur-fitur Instagram. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan secara deskriptif interaktif melalui proses kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas data diuji menggunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @soloinfo efektif dalam menyebarkan informasi yang mudah dipahami dan menarik secara visual. Konten yang disajikan, terutama tentang kuliner dan event, diterima dengan baik oleh *followers*, terbukti dari interaksi berupa suka, komentar, dan berbagi informasi. Pengelola akun secara konsisten menyajikan informasi yang akurat dan terpercaya serta menjadwalkan posting dengan frekuensi yang teratur. Dengan demikian, penggunaan Instagram oleh akun @soloinfo sesuai dengan visinya dalam memberikan informasi dan hiburan kepada masyarakat Surakarta.

**Kata Kunci:** Instagram, media, penyebaran informasi, media sosial

### Abstract

*This research aims to analyze the use of @soloinfo Instagram account as a medium for disseminating information and references to the community in Surakarta in 2023. This research is a qualitative descriptive research. The object of this research is the @soloinfo Instagram account. Determination of informants in this study using purposive sampling technique, so that the informants of this study consisted of four people, namely Galih Handoko as founder and three informants of Instagram account followers @soloinfo. Instagram account @soloinfo that utilizes Instagram with various Instagram features. The data collection methods used are interview, and documentation. Data analysis was carried out descriptively interactive through the process of data condensation, data presentation, and conclusion drawing. Data validity was tested using triangulation techniques.*

*The results showed that the Instagram account @soloinfo is effective in disseminating information that is easy to understand and visually appealing. The content presented, especially about culinary and events, is well received by followers, as evidenced by interactions in the form of likes, comments, and information sharing. Account managers consistently present accurate and reliable information and schedule posts with regular frequency. The attractiveness of the message is enhanced through the process of content selection, taking and editing photos, and writing informative captions. Thus, the use of Instagram by @soloinfo account is in accordance with its vision in providing information and entertainment to the people of Surakarta.*

**Keywords:** *Instagram, media, information dissemination, social media*

## **PENDAHULUAN**

Semua orang bisa melihat bahwa orang-orang di zaman sekarang ini benar-benar terpikat dengan teknologi. Alasannya adalah karena teknologi telah merambah ke hampir setiap aspek kehidupan manusia, dengan tujuan untuk membuat hidup kita lebih mudah. Bidang teknologi informasi adalah salah satu bidang yang terpengaruh oleh teknologi ini. Tidak mengherankan jika kemajuan teknologi informasi, seperti pemrosesan data yang lebih baik dan distribusi informasi yang lebih luas, juga diantisipasi. Seperti yang dikemukakan oleh Zuhri dan Christiani. (Zuhri & Christiani, 2018). Informasi yang relevan, akurat, dan digunakan untuk pengambilan keputusan strategis secara tepat waktu dianggap sebagai informasi yang berkualitas. Informasi ini digunakan untuk tujuan pribadi, komersial, dan pemerintah. (Murti & Winoto, 2018).

Munculnya smartphone, yang memasuki pasar global dengan kecepatan yang memusingkan, bertepatan dengan

kemajuan teknologi pada masa itu dan menandai tonggak sejarah baru. Untuk alasan sederhana, teknologi yang menyediakan koneksi internet seluler di mana-mana, tidak memerlukan transportasi perangkat teknologi yang tidak praktis seperti laptop atau desktop. Di era revolusi digital ini, teknologi smartphone tidak dapat dipisahkan dari media baru. Media baru adalah cara untuk menjangkau khalayak luas melalui penggunaan teknologi digital, jaringan komunikasi, dan sistem informasi. Yang termasuk dalam kategori media baru adalah komputer multimedia, internet, dan website. Namun sebagai fenomena media baru, internet telah mendapatkan lebih banyak pengakuan dan popularitas. Ada tiga jenis media utama dan teknologi yang mereka gunakan: cetak (pers), elektronik (TV dan radio), dan baru (komputer) (Nasrullah, 2022).

Salah satu bentuk dari *new media* adalah media sosial. Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi juga terbilang

cukup cepat dan pesat, dengan hadirnya sebuah internet membuat penggunaan media sosial sangat tinggi. Sehingga membuat dampak yang sangat signifikan terhadap kehidupan manusia. Teknologi informasi dan komunikasi dapat menjadi saluran penyebaran informasi. Media sosial menawarkan cara untuk mengembangkan komunikasi dengan mengubah pola interaksi sosial, cara berkomunikasi lebih efektif karena cepat mendapatkan umpan balik (*feedback*) serta mengubah dengan cepat perilaku dan gaya hidup dan mampu membentuk persepsi juga pendapat publik. Beragamnya manfaat media sosial menjadikan alasan mengapa setiap orang menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi atau sudah menjadi kebutuhan utama masyarakat. Dari hal terkecil hingga hal yang cukup rumit semuanya bisa dikontrol dan dicapai dengan bantuan internet. Inilah sebabnya mengapa media konvensional seperti surat kabar dan radio kini diambil alih oleh media sosial. Karena semua orang ingin mendapatkan berita atau informasi baru dengan cepat dan mudah. Dengan banyaknya *social media* seperti Facebook, Youtube, Instagram Tiktok, dan lain sebagainya, bahkan kini mengakses jejaring *social media* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja sehingga informasi lebih mudah untuk didapatkan. Dalam perkembangannya *social media* berpengaruh dalam setiap

aspek kehidupan penggunanya, salah satunya Instagram yang memiliki banyak pengguna. (Gani, A. G. 2020).

Instagram adalah salah satu platform media sosial paling populer saat ini. Menurut temuan laporan data We Are Social (2021), persentase untuk Whatsapp, Instagram, dan Facebook adalah sebagai berikut: 88,7%, 84,8%, dan 81,3%. Pada saat yang sama, 63,1% orang menggunakan TikTok, sementara 62,8% menggunakan Telegram. Instagram mungkin berada di posisi kedua, tetapi masih menjadi salah satu bentuk media online yang paling populer karena berbagai macam unggahan yang informatif, menarik, dan menghibur, yang mencakup topik yang beragam seperti agama, pendidikan, budaya pop, dan berita viral terbaru. (Sumber: Riyanto, 2022). Instagram memiliki beberapa keunggulan dibandingkan aplikasi sejenis, selain cepat dan mudah digunakan. Instagram adalah salah satu dari jenisnya karena dapat membuat foto Anda menjadi persegi, memberikan tampilan vintage seperti Polaroid atau Kodak Instamatic. Rasio aspek 4:3 yang digunakan oleh sebagian besar kamera ponsel berbeda dengan ini. Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang sudah ada sejak tahun 2010. Aplikasi ini memiliki beberapa fitur termasuk feed, stories, reel, IGTV, dan banyak lagi. Istilah "Instagram" berasal dari

tujuan umum program ini. Asal mula istilah "insta" adalah awalan "instan", seperti kamera Polaroid yang sering disebut sebagai "foto instan" di masa lampau. Asal usul istilah "gram" dapat ditelusuri kembali ke frasa "telegram", yang mengacu pada metode komunikasi informasi secara cepat kepada individu lain. (Enterprise, 2012). Sama seperti itu, Instagram dapat memposting foto ke seluruh internet, sehingga pesan yang ingin Anda kirimkan dapat diterima dengan cepat. Akun Instagram @soloinfo adalah salah satu akun yang menawarkan konten yang menghibur dan informatif tentang Surakarta.

Akun Instagram @soloinfo merupakan sebuah media *online* yang menyajikan informasi tentang gaya hidup di kota Surakarta. @soloinfo terbentuk untuk mengumpulkan berbagai informasi khususnya di kota Surakarta dan sekitarnya agar masyarakat lebih mudah dalam mencari informasi yang *valid*. Selain informasi dan berita akun Instagram @soloinfo akan memandu masyarakat menemukan tempat terbaik untuk kuliner, tempat wisata, budaya, dan hiburan. Visi dari @soloinfo adalah memberikan informasi dan hiburan kepada khalayak

Akun Instagram @soloinfo merupakan media informasi online yang populer di Surakarta karena memiliki sebanyak

497.000 *followers* yang lebih tinggi dibandingkan akun Instagram informasi yang serupa seperti @kabarsolo yang memiliki 276.000 *followers*, @eventsolo mempunyai 194.000 *followers* dan @infosoloraya yang hanya 142.000 *followers*. Keberadaan akun @soloinfo sebagai sumber informasi menjadikan masyarakat di Surakarta semakin dimudahkan dalam memperoleh berbagai referensi dan informasi. Hal ini dikarenakan akun Instagram @soloinfo merupakan media online sebagai sumber informasi yang memiliki kelebihan, seperti halnya berita yang lebih *up to date*, seperti halnya event yang akan diadakan di Kota Surakarta pada bulan-bulan tertentu contohnya, pengajian akbar malam selikuran.

Akun Instagram @soloinfo tidak hanya sekedar me-repost konten dan informasi, @soloinfo hadir dengan menyajikan konten yang original, ringan dan terpercaya. Hal ini pula yang membuat @soloinfo diminati para pengguna Instagram terutama yang berdomisili di Surakarta. Akun Instagram @soloinfo secara rutin meng-upload konten ke jaringan Instagram yang berisi berbagai jenis informasi, atau bahkan konten yang digunakan untuk berinteraksi antar pengguna Instagram. Sebagai contoh, sebuah unggahan dengan caption ajakan diskusi yang ditujukan kepada followers

akun Instagram @soloinfo, sehingga followers dapat berdiskusi dengan ikut berkomentar melalui kolom komentar unggahan tersebut

Dengan menggunakan akun Instagram @soloinfo, saat ini pada Desember 2023 telah mengunggah 33.300 foto dan video dengan jumlah *followers* sebanyak 497.000 akun ini tidak hanya aktif memposting informasi, tetapi juga membantu masyarakat dalam melaporkan keluhan kepada pemerintah, misal jalan rusak jadi masyarakat sering DM ke akun @soloinfo yang nantinya pihak dari @soloinfo akan membantu menyampaikan dan akan ditindak lanjuti oleh dinas terkait

Berdasarkan unggahan konten dan penggunaan kata-kata pada *caption* akun Instagram @soloinfo memiliki tujuan segmentasi yang luas dari remaja sampai dewasa namun tak sedikit juga orang tua yang ikut aktif berinteraksi di akun @soloinfo. Hal ini dibuktikan pada *insight* di akun Instagram @soloinfo Pada penelitian ini ditemukan adanya masalah terkait penggunaan akun Instagram @soloinfo dalam menyebarkan informasi karena itulah idealisme akun ini juga menjadi salah satu daya tarik bagi remaja sampai lansia, @soloinfo selalu memberikan informasi dengan bahasa yang ringan dan mudah dimengerti serta menggunakan bahasa sehari-hari misal

Bahasa Jawa dicampur dengan bahasa Indonesia, @soloinfo membuat informasi yang akurat dan terpercaya tanpa unsur hoax, vulgar dan Sara. Dari apa yang sudah @soloinfo lakukan, akun ini mendapat respon yang sangat baik dari para pengguna Instagram. Dilihat dari setiap postingan konten @soloinfo selalu mendapat jumlah *likes* diatas 1000 akun dan kolom komentar yang aktif bersifat positif dari para *followers* .(Instagram @soloinfo)

Hingga saat ini terdapat berbagai akun Instagram yang memberikan banyak kebutuhan informasi kepada pengguna Instagram itu sendiri seperti akun *lifestyle*, akun olahraga, akun lowongan pekerjaan dan salah satu yang menarik adalah akun yang memberikan informasi tentang banyak hal yang berbeda-beda seperti kuliner, *event* tahunan ,informasi pemerintahan, dan berita terbaru lain sebagainya. Akun yang menyediakan informasi mengenai banyak elemen ini sangat digemari oleh pengguna Instagram di Indonesia karena keanekaragaman isinya dan merupakan salah satu akun yang dijadikan referensi untuk mencari informasi terbaru oleh masyarakat. Salah satu akun Instagram yang isinya memuat hal-hal tersebut yaitu akun @soloinfo. Tingginya kebutuhan informasi di Kota Surakarta, membuat masyarakat mencari media yang dapat memenuhi kebutuhan informasi

mereka terutama seputar informasi di Kota Surakarta. Maka dari itu masyarakat Surakarta mengaksesnya lewat akun Instagram @soloinfo karena di akun Instagram @soloinfo lebih mengedepankan informasi akurat dan terpercaya yang terjadi di Kota Surakarta. Hal ini menarik peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut, karena dari unggahan video *reels* @soloinfo di Instagram sering muncul di halaman pengguna Instagram lainnya meskipun pengguna tersebut tidak *follow* akun @soloinfo. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Penggunaan Instagram @Soloinfo Dalam Menyebarkan Informasi Di Surakarta Tahun 2023.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis penggunaan akun instagram @soloinfo dalam menyebarkan informasi di Surakarta.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Dengan pendekatan kualitatif dengan obyek penelitian akun Instagram @soloinfo dengan informan kuncinya adalah Galih Handoko selaku *owner* Instagram @soloinfo sekaligus *founder* Instagram @soloinfo. Selain itu informan

lain yang terlibat dalam penelitian ini adalah pengguna aktif @soloinfo. Jenis data penelitian ini yaitu data primer dengan wawancara dan data sekunder dengan mengumpulkan data berupa data dokumentasi, dan foto *screenshoot* yang diambil dari media Instagram. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam dan mengambil dokumentasi. Dalam penelitian ini menguji validasi data dan analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman dan Saldana (2014,h.14) yaitu pengumpulan data,kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/*verifikasi*.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini dilakukan pada akun Instagram @soloinfo, Akun @soloinfo dianggap sebagai media informasi yang efektif dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat di Kota Surakarta. Berikut

adalah beberapa informasi yang diunggah oleh akun Instagram @soloinfo:

a. *Food and Beverage*

Dalam konten *Food and Beverage* informasi yang ditampilkan berupa video dan foto dengan tidak hanya memperlihatkan minuman dan makanannya saja, tetapi lengkap dengan tempat, jam buka hingga pelayanannya. Sebagai media *online* eksklusif dalam konten *food and beverage* akun Instagram @soloinfo menyajikan konten yang lengkap dan jujur sesuai dengan sudut pandang akun Instagram @soloinfo. Dalam konten *food and beverage* yang diperhatikan dalam *posting*-annya tidak hanya menu makanan dan minumannya, namun juga kualitas pelayanan serta tingkat kenyamanan dari tempat yang di-*posting* tersebut. Tempat yang nyaman dan banyak spot bagus untuk berfoto (*aesthetic*) akan mendapat kelebihan tersendiri ketika ditampilkan.

b. *Event*

Pada konten *event* informasi yang di-*posting* disampaikan dengan menampilkan foto atau video tentang suatu *event* atau kegiatan yang akan dan telah berlangsung di Kota Surakarta. Akun Instagram @soloinfo merangkum kegiatan *event* tahunan menjadi satu *postingan* dengan berbeda-beda tempat misalnya, saat peringatan imlek biasanya ada pertunjukan barongsai diberbagai mall, nah akun Instagram @soloinfo merangkumnya menjadi satu, hal ini bertujuan supaya masyarakat bisa lebih mudah dalam memilih *event* yang tepat untuk dikunjungi.

c. *Berita*

Pada *postingan* berita akun Instagram @soloinfo menampilkan berita terbaru yang dikemas secara singkat, namun tetap detail dengan tujuan agar masyarakat di Kota Surakarta bisa mengetahui berita yang sedang hangat atau *trending* sehingga masyarakat bisa

membedakan mana berita *hoax* dan tidak.

Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi tujuan dalam penelitian mendeskripsikan analisis data mengenai penggunaan Instagram @soloinfo dalam menyebarkan informasi di Surakarta Tahun 2023 ini nantinya menggunakan fitur-fitur dalam Instagram diantaranya :

a. *Hashtag*

*Hashtag* merupakan salah satu fasilitas di media sosial Instagram, dalam mengkategorikan posting-an foto pada kumpulan foto yang hampir serupa di Instagram. *Hashtag* diibaratkan sebagai suatu label yang dilambangkan dengan tanda pagar (#). Dalam penelitian ini mengajak informan untuk membahas tentang keunggulan serta manfaat kegunaan tanda *hashtag* dalam aplikasi Instagram dan partisipasi pengguna atau *followers* dalam penggunaannya untuk

pencarian *posting-an* akun @soloinfo.

b. *Posting Feeds*

*Posting Feed* digunakan untuk berbagi foto dan video. Biasanya *feed* Instagram dibuat rapi, menggunakan pola warna tertentu, dan konten menarik. Galih Handoko menambahkan feeds Instagram dari akun Instagram @soloinfo ini sendiri yang cenderung random dan kurang rapi, karena informasi yang di-posting juga acak, misal hari ini upload makanan, besok informasi event dan lain sebagainya.

c. *Follow*

*Follow* adalah pertemanan antar *user* Instagram dengan cara saling *follow* satu sama lain. Galih Handoko sebagai *founder* dan juga admin dari akun Instagram @soloinfo menyampaikan pendapat pentingnya followers dalam sebuah akun Instagram agar semakin



populer dan menambah *insight* dari akun Instagram.

d. *Like*

*Like* dapat digunakan oleh pemilik akun agar dirinya mengetahui berapa dan siapa saja orang yang menyukai unggahan photo atau videonya. Semakin banyak jumlah *like* pada suatu photo maka photo tersebut akan menjadi semakin populer di kalangan pengguna Instagram lainnya. Galih Handoko sebagai admin @soloinfo juga menilai fasilitas fitur *like* itu penting, terutama bagi akun Instagram versi bisnis, karena fitur *like* bisa menunjang setiap *posting-an* pengguna. Apabila *like* disuatu *posting-an* tersebut banyak, maka *posting-an* itu juga akan meningkat dari segi kepopuleran dan eksistensi akun Instagram @soloinfo.

e. *Comment*

Komentar merupakan bentuk interaksi dan komunikasi antar

pengguna Instagram secara terbuka dan dapat dilihat serta dibaca oleh pengguna Instagram lainnya, Galih Handoko menjelaskan sejauh ini akun @soloinfo tergolong ramai bahkan komentarnya bisa mencapai lebih dari 500 komentar, terbukti dari setiap *posting-an* yang diunggah oleh akun Instagram @soloinfo mendapat komentar dari penggunanya.

f. *Fitur Collab*

*Collab* Instagram merupakan fitur baru di Instagram yang muncul di tahun 2021 fitur *collab* ini memungkinkan dua akun untuk berbagi *postingan Feed* atau *Reels*. Galih Handoko berpendapat fitur *collab* ini sangat berguna, karena dengan adanya fitur *collab* ini dua akun bisa bekerjasama *mem-posting* informasi yang sama karena bisa saling terhubung dengan sesama akun informasi seperti @soloinfo

dengan akun informasi lainnya yang ada di Kota Solo.

g. *Tag*

*Tag* adalah cara untuk menandai atau memberikan username siapa saja yang ada di dalam foto maupun video yang diunggah. *Fitur* ini sangat berguna membantu pengguna saling terhubung atau berinteraksi ke pengguna instagram lainnya. Galih Handoko menggunakan fitur *tag* di akun Instagram @soloinfo kepada para akun klien yang sedang diperbincangkan *di-postingannya*. Misalnya akun @soloinfo dengan akun @info\_kartasura

h. *Caption*

*Caption* mempunyai fungsi layaknya keterangan atau deskripsi tentang isi konten yang *di-posting* di akun Instagram. Galih Handoko menambahkan *caption* di akun Instagram @soloinfo dikelola menggunakan bahasa sehari-hari,

yaitu dengan mencampurkan Bahasa Jawa dan Bahasa Indonesia supaya pembaca lebih mudah memahami makna dari postingan di akun Instagram @soloinfo.

i. *Stories*

*Stories* merupakan fitur yang digunakan untuk membagikan momen melalui gambar maupun video. Instagram Stories atau yang biasa dipersingkat dengan *instastory* memang menjadi salah satu daya tarik dan ciri khas dari media sosial Instagram. Melalui Instagram Stories, pengguna dapat membagikan video singkat selama 15 detik kepada pengguna lainnya. Konten yang dibagikan akan hilang dengan sendirinya setelah 24 jam diunggah. Galih Handoko juga mengungkapkan bahwa selain menggunakan *stories* sebagai media informasi, ia memanfaatkan *stories* untuk tanya jawab atau biasa disebut dengan *question and answer*

untuk seru-seruan bersama dengan para pengguna Instagram.

j. *Reels*

*Reels* adalah video pendek dengan orientasi vertikal berdurasi maksimal 90 detik yang dapat diedit, misalnya dengan menambahkan filter, *efek*, teks atau suara, sebelum diunggah ke Instagram. Sebelumnya Instagram merilis fitur yang sama yaitu Instagram video. Namun dengan *reels* ini, akses pengeditan menjadi terbatas dan durasinya bisa lebih lama, yakni 60 menit. Galih Handoko memanfaatkan *Reels* untuk mem-posting berita, informasi kuliner dan *event-event* di Kota Surakarta, terbukti video yang *di-upload reels* bisa tembus lebih dari ribuan like.

k. *Live Video*

Fitur *live* ini memungkinkan penggunanya menyiarkan secara langsung aktivitas kehidupan

sehari-harinya tanpa batasan durasi dan pengguna Instagram dapat menonton video siaran langsung tersebut. Pengguna juga bisa memberikan suka dan komentar secara langsung untuk *live* video tersebut. Untuk menggunakan fitur *live* Instagram ini yang perlu dilakukan penggunaannya adalah menggeser layer halaman utama *stories* Instagram ke arah kanan.

Berikut yang akan peneliti sampaikan mengenai hasil penelitian mengenai penggunaan akun Instagram @soloinfo sebagai media informasi dilihat dari pendekatan kebutuhan informasi menurut Guha (1978) dalam (Puspitadewi et al., 2016) yaitu sebagai berikut :

1. *Current Need Approach*,  
(Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir).

Pada pendekatan ini memerlukan hubungan yang berkelanjutan antara sistem dan pengguna. Yaitu pengguna mendapatkan informasi

terbaru dari @soloinfo melalui chat personal di *direct message* atau melalui balasan chat pada kolom komentar. Salah satunya respon komentar terhadap pengelola akun instagram @soloinfo dapat dilihat dan diketahui dari setiap komentar yang masuk.

#### 2. *Everyday Need Approach*

(Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin),

Pendekatan ini menuntut Informasi informasi yang rutin dikonsumsi oleh pengguna. Dalam *postingan* yang diunggah akun Instagram @soloinfo.

#### 3. *Exhaustive Need Approach*

(Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam)

Pendekatan terhadap perlunya informasi yang mendalam sehingga pengguna informasi sangat bergantung pada informasi yang dibutuhkannya, yaitu informasi yang relevan, spesifik, dan lengkap.

Namun dipenelitian ini tidak ditemukannya pendekatan Exhaustive Need Approach.

#### 4. *Catching-Up Need Approach*

(sekilas)

Pendekatan dengan mendapatkan informasi sekilas dengan ringkas namun tetap jelas. Informasi sekilas yang @soloinfo *posting* melalui *stories* yaitu berita *breaking news*.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mendeskripsikan bagaimana penggunaan Instagram @soloinfo dalam menyebarkan informasi yang telah diperoleh oleh admin Instagram @soloinfo kepada masyarakat di Kota Surakarta. Dari analisis dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan seorang informan yaitu founder (Pihak pengelola akun). kemudian dengan tiga orang narasumber lainnya yang mana yaitu pengguna dari akun Instagram @soloinfo.

Hal yang sudah dilakukan akun Instagram @soloinfo sudah cukup baik dalam menyebarkan informasi. Dapat dikatakan bahwa pemanfaatan Instagram oleh akun Instagram @soloinfo selama ini sangatlah sesuai dengan visinya, yaitu “memberikan informasi dan hiburan kepada khalayak banyak.” Hasil analisa data akun Instagram @soloinfo dapat disimpulkan bahwa konten berupa *food and beverage* dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada dalam Instagram dan sejumlah *event* dan berita yang dijadikan konten unggulannya. Dalam menyebarkan

informasi dengan pendekatan kebutuhan informasi yaitu *Current Need Approach*, *Everyday Need Approach*, *Catching-Up Need Approach* sudah sangat sesuai dan cukup baik. Namun tidak ditemukan *Exhaustive Need Approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam). Data-data yang ditampilkan juga akurat. Informasi berupa foto, video, nama tempat, nama *event*, waktu dan lain sebagainya selalu terpercaya dan akurat karena akun Instagram @soloinfo berusaha memperoleh sumber dan informan yang terpercaya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Enterprise, J. 2012. Instagram Untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif. PT Elex Media Komputindo.
- Gani, A. G. 2020. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Anak Remaja. *Jurnal Mitra Manajemen*, 7(2).
- Guha. (1978). *Documentation and Information*. The World Press Private Limited.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook Edition 3. United States of America*.
- Murti, D. P., & Winoto, Y. 2018. Hubungan antara kemampuan literasi informasi dengan prestasi belajar siswa SMAN 1 Cibinong Kabupaten Bogor. *Bibliotika: Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 2(1), 1–5. <https://doi.org/10.17977/um008v2i12018p001>
- Nasrullah, R. 2015. Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016, 2017.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. 2014. Penelitian Kombinasi (Mixed Methods) . Bandung. 2018
- Zuhri, M. A. M., & Christiani, L. 2018. Pemanfaatan media sosial instagram sebagai media *promosi library based community* (studi kasus perpustakaan jalanan Solo @koperjas). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 7(2), 21–30. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/22899>