

Motivasi Pemenuhan Kebutuhan Informasi Melalui Postingan Instagram @Folkative (Studi Fenomenologi Pada Remaja Akhir Hingga Dewasa Awal Di Kota Bengkulu)

Adinda Shifa Kusumawardhani¹, Dhanurseto Hadiprashada², Neneng Cucu Marlina³
^{1,2,3}Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bengkulu

Article Info

Article history:

Received : 08 Juni 2023

Publish : 07 Juli 2023

Keywords:

Games

Literacy

Method

Info Artikel

Article history:

Diterima : 08 Juni 2023

Publis : 07 Juli 2023

Abstract

This study aims to determine the motivation to fulfill information needs through @folkative Instagram posts in late adolescents to early adulthood. The subjects of this study were late adolescents to early adults with an age range of eighteen to twenty-four years with status as twelfth grade high school students and students who have been followers of Instagram @folkative as of June 2021 who live in Bengkulu City. This study uses a qualitative method through a phenomenological approach related to the understanding of everyday life and the intersubjective world (life world) of the participants. The data collected was obtained through interviews, observation, documentation, and also literature studies. The data obtained were analyzed using a qualitative descriptive analysis method through data reduction, data presentation, and conclusions. The results of this study indicate that the motivation to fulfill the information needs of late adolescents to early adults can be fulfilled based on various types of motivation, namely lifestyle, work, personal integration, and social life.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi pemenuhan kebutuhan informasi melalui postingan Instagram @folkative pada remaja akhir hingga dewasa awal. Subjek penelitian ini yaitu remaja akhir hingga dewasa awal dengan rentang usia delapan belas tahun sampai dengan dua puluh empat tahun dengan status sebagai pelajar SMA kelas dua belas maupun mahasiswa yang merupakan pengikut instagram @folkative terhitung sejak bulan Juni tahun 2021 yang berdomisili di Kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan fenomenologi yang berhubungan dengan pemahaman tentang kehidupan keseharian dan dunia intersubjektif (dunia kehidupan) partisipan. Data yang dikumpulkan diperoleh melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan juga studi kepustakaan. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif melalui reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi pemenuhan kebutuhan informasi kalangan remaja akhir hingga dewasa awal dapat terpenuhi yang didasari oleh beragam jenis motivasi, yaitu gaya hidup, pekerjaan, integrasi personal, dan kehidupan sosial.

This is an open access article under the [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



Corresponding Author:

Adinda Shifa Kusumawardhani

Universitas Bengkulu

Email : adindashifakusumawardhani@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Menurut tahap perkembangannya, remaja dikategorikan menjadi tiga tahap yaitu remaja awal, yang terjadi antara usia 11 dan 14 tahun, remaja pertengahan, yang terjadi antara usia 15 dan 17, dan remaja akhir, yang terjadi antara usia 18 dan 21 tahun. (Nur Haerani and Nurssakinah Daulay, 2020). Sedangkan, Hurlock membagi masa dewasa menjadi tiga tahap yaitu masa dewasa awal, yang terjadi antara usia 20 dan 40, dewasa menengah, yang terjadi antara usia 40 dan 60, dan dewasa akhir, yang terjadi antara usia 60 dan lebih tua (Fithri Ajhuri & Kayyis, 2019). Menurut jajak pendapat, remaja awal hingga dewasa akhir merupakan pengguna internet terbanyak di Indonesia.

Melalui internet, kebutuhan informasi mereka dapat terpenuhi secara efektif dan efisien. Kompleksitas motivasi pemenuhan kebutuhan informasi berkaitan dengan jenis informasi yang dibutuhkan. Motivasi pemenuhan kebutuhan informasi remaja awal hingga dewasa akhir meliputi kebutuhan kognitif, afektif, integrasi personal, dan integrasi sosial. Dorongan untuk meningkatkan

pengetahuan, informasi, dan kesadaran seseorang tentang lingkungannya semuanya terkait erat dengan persyaratan kognitif. Persyaratan integrasi pribadi terkait dengan peningkatan status, kredibilitas, dan kepercayaan individu. Kebutuhan afektif terkait dengan peningkatan estetika, kesenangan, dan pengalaman emosional. Dan terakhir, kebutuhan akan integrasi sosial guna meningkatkan ikatan dengan teman, keluarga, dan individu lainnya.

Internet juga erat kaitannya dengan media baru, atau segala jenis media yang mengambil kontennya dari interaksi dan kreativitas manusia dengan teknologi digital. Biasanya, orang fokus pada konten yang tersedia sesuai dengan kebutuhan pengguna, dapat diakses melalui internet atau saluran digital lainnya, dan yang memiliki elemen interaktif dan umpan balik pengguna di dalamnya.

Media sosial merupakan salah satu media baru yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat umum. Media sosial adalah jenis komunikasi langsung yang memungkinkan interaksi dan sosialisasi tanpa dibatasi oleh waktu, geografi, atau jarak. Perkembangan informasi saat ini semakin cepat, dengan informasi politik, ekonomi, sosial, dan budaya di garis depan. Setiap orang memiliki kebutuhan informasi yang harus dipenuhi berdasarkan evolusi informasi yang terjadi. Media sosial adalah cara bagi masyarakat umum untuk mendapatkan berita terbaru dan relevan dari mana saja di dunia kapan saja. Masyarakat akan memperoleh informasi terkini melalui berbagai media yang ada, termasuk internet sebagai media baru.

Meningkatnya jumlah pengguna media sosial dikarenakan telah terjadinya fenomena kebutuhan informasi. Keinginan akan informasi adalah keadaan di mana seseorang merasakan dan mengetahui bahwa ada kesenjangan antara pengetahuan yang dimilikinya saat ini dan apa yang diperlukan baginya untuk mencapai tujuan hidup tertentu. Kebutuhan informasi timbul ketika pengetahuan yang dimiliki seseorang kurang dari yang dibutuhkan, sehingga mendorong seseorang untuk mencari informasi. Ada dua jenis kebutuhan informasi yaitu kebutuhan informasi yang dapat ditunda dan kebutuhan informasi yang mendesak. Krikelas, (1983, dalam Nindya Vionita 2020) Saat ini, pemenuhan kebutuhan informasi dapat diperoleh dari berbagai sumber new media, seperti pada platform Instagram.

Pada saat ini, Instagram menjadi media sosial yang memiliki tingkat perkembangan cukup tinggi. Instagram merupakan sebuah platform media yang berbasis fotografi dan videografi yang dapat menghubungkan pengikut (followers) dan yang diikuti (following). Keefektifan Instagram dalam memenuhi kebutuhan informasi menjadikannya sebagai suatu media sosial yang banyak diminati dan digunakan terutama di Indonesia. Berdasarkan laporan Napoleon Cat (dalam Monavia, 2022) menunjukkan, ada 91,01 juta pengguna Instagram di Indonesia dan jumlah tertinggi keempat di dunia. Bahkan, yang tertinggi mencapai lebih dari 100 juta pengguna pada pertengahan tahun 2022 (Rizaty & Monavia Ayu, 2022).

33,90 juta, atau sebagian besar pengguna Instagram di Indonesia, berusia antara 18 dan 24 tahun. Secara spesifik, 17,5% pengguna program ini adalah pria dan 19,8% wanita. Demografi pengguna Instagram kedua berada pada rentang usia 25–34 tahun. Menurut statistik, 15,3% pengguna adalah pria dan 16,9% pengguna program ini adalah wanita. Demografi pengguna terbesar berikutnya adalah antara usia 13 dan 17 tahun. 7% pengguna adalah wanita, dibandingkan dengan 5,2% pengguna pria. Pria menggunakan Instagram 5,5% lebih banyak daripada wanita dalam kelompok usia 35 hingga 44 tahun. Perpecahan gender di antara pengguna Instagram dalam rentang usia 45-54 tahun adalah 2,2% perempuan dan 2,1% laki-laki. Kemudian, 0,6% pengguna pria dan wanita berusia antara 55 hingga 64 tahun. Kemudian, 0,5% pengguna adalah wanita dan 0,8% adalah pria di kelompok usia 65 tahun ke atas. Secara keseluruhan berdasarkan data diperoleh bahwa pengguna aktif Instagram tertinggi, yaitu kalangan remaja akhir hingga dewasa awal.

Saat ini kebutuhan informasi yang dibutuhkan berupa informasi yang bersifat cepat, aktual, dan up to date baik untuk menunjang profesi, mengerjakan tugas pembelajaran, menambah wawasan, dan sebagai sarana hiburan. Dalam situs resmi Kominfo.go.id, menyatakan bahwa mencari informasi, berhubungan dengan teman (baik lama maupun baru), dan menemukan kesenangan adalah tiga alasan utama orang menggunakan internet. Tugas sekolah sering

mendorong pencarian informasi, tetapi kebutuhan pribadi mendorong penggunaan media sosial dan materi rekreasi. (Riset Kominfo Mengenai Perilaku Remaja Dalam Menggunakan Internet, 2020). Kebutuhan informasi tersebut berdasarkan karakteristik masing-masing individu yang berbeda-beda pula.

Dengan kepopulerannya saat ini, Instagram menjadi platform yang sangat diminati sebagai media untuk menyampaikan informasi kepada publik. Seperti pada akun Instagram @Folkative yang menyajikan berbagai informasi dan berita yang dikemas apik dan menarik sehingga dapat memenuhi kebutuhan informasi secara universal untuk berbagai kalangan khususnya pada rentang usia remaja akhir hingga dewasa awal. Pada awalnya, akun Instagram @Folkative dibentuk dari keresahan pribadi seorang anak muda kreatif bernama Kenneth William. Bermula dari keresahan yang ia miliki, karena saat itu tepatnya empat tahun silam belum banyak platform yang memberikan informasi mengenai isu yang beredar di masyarakat.

Instagram @Folkative berada di bawah naungan Folkative Group, yakni sebuah perusahaan induk pemasaran, periklanan, dan hubungan masyarakat yang berada di Jakarta. Selain itu, Instagram @Folkative berfokus pada penyajian berita yang up to date. Melalui postingannya, berisi beragam isu yang mencakup segala aspek seperti masalah sosial, budaya, perkembangan ekonomi, pendidikan, kesehatan, pariwisata, entertainment serta informasi yang sedang menjadi trending topic baik secara nasional maupun internasional.

Kesuksesan platform Instagram @Folkative terbukti dengan jumlah pengikut yang selalu meningkat, bahkan kini telah mencapai lebih dari 3 juta orang. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh jurnalis Media Indonesia kepada CEO Folkative pada Agustus 2022 lalu, ia mengatakan bahwa "Selain memberikan informasi yang selalu up to date, Instagram @Folkative memiliki ciri khas di setiap postingan berupa tulisan dengan desain simple yang mudah dibaca. Namun, langsung to the point kepada para pembacanya sehingga dapat dilihat dinamika yang dihasilkan dari satu postingan memiliki dampak yang cukup besar".

"Kami memiliki visi dan misi untuk menjadi satu pintu informasi bagi kaum muda untuk mengeksplorasi budaya kreatif bangsa, namun dikemas secara fun dan mudah dimengerti oleh anak muda," imbuhnya (No TitleFolkative Sajikan Info Seputar Karya Anak Muda, 2022). Berbeda dengan metode reportase standar yang hanya membutuhkan satu paragraf untuk menyampaikan sebuah artikel berita, hal ini ditunjukkan dengan sistem penyajian berita yang singkat namun imajinatif dalam 1-2 frase. Struktur frase langsung bertujuan untuk mengkomunikasikan informasi secara efektif dan cepat dengan langsung ke topik dan melewatkan detail yang tidak perlu.

Aktivis media sosial seperti Najwa Shihab pun juga merupakan salah satu pengikut dari akun Instagram @Folkative. Tentunya, ini pula yang menjadi suatu hal yang diasumsikan peneliti bahwa akun Instagram @Folkative merupakan akun media informasi digital yang menarik. Setiap postingannya berisi konten dengan penyampaian informasi melalui judul, caption, dan grafik foto/video yang terkesan ringan, tetapi berbobot untuk dibaca. Gaya bahasa dan komunikasi yang digunakan juga mudah dipahami sehingga menyebabkan adanya suatu dinamika sosial yang tinggi. Oleh karena itu, sangat memungkinkan apabila sesama pengguna media sosial melakukan interaksi komunikasi yang bersifat terbuka berdasarkan informasi yang disuguhkan (Dewangga, 2018). Hal tersebut dapat dilihat dari kolom komentar yang selalu dipenuhi interaksi antarpengguna Instagram dan pengelola akun Instagram @Folkative.

Peneliti menemukan adanya motivasi pemenuhan kebutuhan informasi melalui postingan Instagram @Folkative terutama bagi remaja akhir hingga dewasa awal. Dalam mendukung asumsi tersebut, kemudian peneliti melakukan pra penelitian dengan metode wawancara terhadap dua narasumber, yaitu seorang siswa SMA Negeri 5 Kota Bengkulu dan mahasiswa Universitas Bengkulu. Peneliti memberikan masing-masing empat pertanyaan kepada narasumber.

Dari hasil pra penelitian wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa dari masing-masing narasumber merupakan pengguna Instagram aktif dan juga sebagai pengikut akun Instagram @Folkative. Mereka memiliki inti alasan yang serupa mengapa mengikuti akun Instagram tersebut, yakni karena postingan Instagram @Folkative sangat

menarik dan cocok untuk generasi muda seperti mereka sehingga mampu memenuhi kebutuhan informasi yang mereka inginkan. Maka dari itu, berdasarkan fenomena yang telah dijabarkan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Motivasi Pemenuhan Kebutuhan Informasi melalui Postingan Instagram @Folkative”.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigm konstruktivisme sebagai paradigm penelitian. Menurut paradigma konstruktivis, ilmu sosial adalah penyelidikan sistematis tentang perilaku yang signifikan secara sosial berdasarkan pengamatan yang cermat terhadap aktor sosial yang terlibat dalam membentuk dan mengendalikan lingkungan sosial mereka. (Ridha & Nikmatur, 2017). Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kualitatif karena akan memberikan data deskriptif berupa kata-kata berdasarkan metodologi dan jenis data yang digunakan.. Teknik fenomenologi digunakan dalam penelitian ini untuk menyelidiki kehidupan sehari-hari dan dunia intersubjektif (dunia kehidupan) para partisipan. Gagasan atau fenomena pengalaman yang dilandasi kesadaran yang berlangsung dalam pikiran subjek dijelaskan atau diungkapkan dengan metode fenomenologis. (Helaluddin, 2018). Teknik pengambilan subjek penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Subjek penelitian ini yaitu remaja akhir hingga dewasa awal dengan rentang usia delapan belas tahun sampai dengan dua puluh empat tahun dengan status sebagai pelajar SMA kelas dua belas maupun mahasiswa yang merupakan pengikut instagram @folkative terhitung sejak bulan Juni tahun 2021 yang berdomisili di Kota Bengkulu. Objek dalam penelitian ini, yakni kebutuhan informasi. Penelitian ini dilakukan di Kota Bengkulu dengan informan remaja akhir dan dewasa awal yang memenuhi kriteria penelitian. Waktu penelitian dilakukan selama kurang lebih dua bulan. Penelitian ini difokuskan pada pengalaman pemenuhan kebutuhan informasi yang terjadi di kalangan remaja akhir hingga dewasa awal melalui postingan Instagram @Folaktive dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Wawancara, observasi, dokumentasi, dan kajian pustaka menjadi metode pengumpulan data. Reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan digunakan untuk menganalisis data yang terkumpul.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan penelitian ditemukan fakta-fakta baru di lapangan sebagai hasil penelitian. Bagan hasil penelitian berfungsi untuk mempermudah peneliti dan pembaca untuk mengetahui konseptual hasil penelitian yang diperoleh. Berikut hasil penelitian mengenai “Motivasi Pemenuhan Kebutuhan Informasi melalui Postingan Instagram @Folkative” pada remaja akhir dan dewasa awal di Kota Bengkulu. yakni:

Gambar 1. Bagan Hasil Penelitian



Dari hasil penelitian, peneliti menemukan adanya keterkaitan antara motivasi dan motif. Motif dan motivasi saling terkait erat dan tidak dapat dibedakan. Kata “motivasi” berasal dari kata “motive” yang dapat dipahami sebagai kekuatan yang dimiliki seseorang yang mendorongnya untuk bertindak atau melakukan tindakan tertentu. Motivasi seseorang adalah kebutuhan batin yang mendorong mereka untuk melakukan tindakan tertentu. Setiap tindakan atau perbuatan manusia dipengaruhi oleh motif, yang dapat dilihat sebagai landasan tingkah laku manusia itu sendiri.

Sedangkan, motivasi adalah kekuatan atau upaya yang disengaja untuk menggerakkan perilaku seseorang untuk membujuk mereka mengambil tindakan dan mencapai hasil atau serangkaian tujuan tertentu. Keinginan yang harus diusahakan seseorang untuk mengubah perilakunya agar dapat memenuhi kebutuhannya dengan lebih baik memunculkan motivasi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa motivasi adalah dorongan internal yang diterima seseorang untuk melakukan suatu tindakan guna memuaskan suatu kebutuhan.

Peneliti mengelompokkan dua jenis motif dalam penelitian ini. Motif yang pertama adalah motif sebab (*because of motive*). Kemudian motif yang kedua adalah motif “tujuan” (*in order to motive*). *Because of motive* adalah yang melatarbelakangi seseorang melakukan tindakan tertentu. Tindakan menyinggung sebelumnya. Padahal, perbuatan seseorang harus dibenarkan oleh suatu sebab sejak dilakukannya. Sedangkan, *in order to motive* adalah tujuan yang ingin dicapai oleh seseorang yang melakukan suatu tindakan tertentu. Motif menyangkut perilaku yang akan datang. Dimana, aktivitas seseorang harus memiliki tujuan yang jelas. Munculnya, kedua motif tersebut didasari pada beberapa faktor terjadinya kebutuhan informasi setiap individu, yakni:

Individu

Keinginan internal akan pengetahuan ini disebabkan oleh dorongan atau insentif yang diberikan oleh kebutuhan psikologis seseorang akan informasi, dan itu berasal dari dalam diri individu. Untuk memahami sesuatu sepenuhnya, setiap orang membutuhkan informasi. Keadaan dunia berubah dengan cepat, terutama di bidang teknologi dan ilmu informasi, yang memengaruhi seberapa mudah akses pengetahuan saat ini. Pertukaran data atau pencarian informasi adalah dua efek tidak langsung lebih lanjut dari komunikasi atau aktivitas internet.

Pada hakekatnya, keinginan setiap orang tidak akan berubah karena selama masih hidup akan terus mengalami persoalan yang pada akhirnya menuntut ilmu. Setiap orang memiliki berbagai tuntutan informasi, yang sebagian besar disebabkan oleh ketidaksesuaian antara keinginan dan kenyataan.

Seperti halnya yang diungkapkan oleh Informan. bahwa ia membutuhkan informasi terbaru setiap hari agar ia merasa percaya diri ketika sedang berkomunikasi dengan lawan bicara apabila membicarakan informasi yang telah diketahui. Ia seringkali memberikan pendapat pro maupun kontra terhadap suatu isu yang sedang naik. Ketika ia tidak mengetahui informasi tersebut tentu, ia bingung memberikan respon karena tidak paham tentang topik yang dibahas. Ia dikenal sebagai sosok yang *open minded* sehingga orang-orang disekelilingnya suka mengajak untuk bertukar pikiran membahas suatu isu yang sedang menjadi perbincangan.

Pernyataan itu pula diakui oleh sumber ketiga, yakni teman dari Informan. Peneliti telah melakukan triangulasi sumber. Hal ini sebagai usaha untuk menguji kevalidan data penelitian. Teman dari informan mengatakan bahwa benar kalau informan seringkali membaca postingan Instagram @Folkative sebagai sumber informasi. Ia juga sering diajak untuk berdiskusi bersama karena pendapatnya yang masuk akal dan mudah dipahami. Sosok yang selalu berpikir terbuka terhadap semua bentuk informasi, gagasan, opini, ide, dan argumen menjadikannya sebagai karakteristik dan ciri khas dari informan.

Usia

Usia diakui menjadi penentu dalam tuntutan informasi setiap orang berdasarkan temuan penelitian sebelumnya. Umur didefinisikan oleh Lasut sebagai umur kronologis seseorang dari lahir sampai dengan ulang tahun. Tingkat kematangan seseorang dalam berpikir dan berfungsi akan meningkat seiring bertambahnya usia, tingkat kematangan, dan kekuatan. Seseorang yang lebih dewasa lebih dipercaya oleh publik daripada seseorang yang belum cukup dewasa.

Individu yang menjadi pengikut akun Instagram @Fokative rata-rata berusia remaja dan dewasa. Kalangan tersebut dapat membuka aplikasi Instagram hampir setiap hari. Pemenuhan kebutuhan informasi mereka cenderung diperoleh dari berbagai media sosial, salah satunya platform Instagram. Akun Instagram @Folkative dipilih mereka menjadi sumber informasi karena beberapa alasan.

Informan mengaku bahwa dengan usianya sekarang. Ia memiliki banyak aktivitas setiap hari yang dipenuhi oleh deadline sehingga tak jarang ia merasa kekurangan informasi mengenai suatu kejadian. Maka, agar tidak ketinggalan informasi, informan berusaha mencari solusi dengan mengikuti akun Instagram @Folkative karena akun ini menyajikan berita yang valid dan cocok untuk kalangan milenial. Penyajiannya yang lugas membuat kesan dalam membaca berita menjadi lugas dan mudah dipahami.

Informan juga mengungkapkan bahwa di usia dewasa seperti dirinya sekarang, ia membutuhkan informasi yang *to the point* dan *up to date*. Menurutnya, akun Instagram @Folkative sangat relevan digunakan oleh para generasi milenial dan gen Z dengan rata-rata usia 18-40 tahun. Pemenuhan kebutuhan informasi yang disajikan melalui @Folkative mempermudah mereka memperoleh berita terhangat hanya dengan scroll Instagram. Seperti yang diketahui, bahwa kalangan remaja awal dan dewasa akhir di masa sekarang, sudah beralih dari tayangan berita di televisi untuk mengetahui sebuah informasi.

Waktu

Manusia mengolah informasi dari data yang ada dalam kehidupan sehari-hari. Tergantung pada kapasitas masing-masing orang, seseorang dapat menerima dan memproses informasi. Waktu terkait dengan seberapa cepat seseorang dapat menggunakan berbagai saluran untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Data yang akurat diperlukan untuk informasi yang berkualitas. Ketersediaan data pada saat dibutuhkan untuk digunakan untuk keperluan tertentu disebut sebagai faktor kebutuhan informasi temporal. Data yang dapat diolah dan dibuat secara cepat dan tepat sehingga digunakan secara efektif menjadikan informasi yang berkualitas.

Akses informasi

Menurut Depkominfo, kemudahan seseorang atau masyarakat dalam memperoleh informasi publik yang diperlukan disebut dengan akses informasi. Menggunakan alat berupa komunikasi dan melalui media merupakan salah satu pendekatan untuk mendapatkan informasi. Seseorang dapat membandingkan akses ke informasi dengan jembatan yang menghubungkan sumber-sumber informasi, yang memungkinkan setiap orang mendapatkan pengetahuan yang mereka butuhkan.

Diakui bahwa setiap orang memiliki hak dasar untuk mengakses informasi. Namun ada kesenjangan dalam masyarakat, khususnya antara mereka yang memiliki akses pengetahuan dan mereka yang tidak. Karena kemampuan ekonomi yang berbeda-beda, mereka yang kurang pengetahuan sulit mendapatkan informasi, sementara mereka yang lebih banyak informasi dapat melakukannya tanpa banyak kesulitan. Kesenjangan tersebut terjadi akibat perjuangan masyarakat untuk mencari sumber informasi yang terpercaya. Selain sumber daya keuangan, ada faktor lain yang perlu dipertimbangkan, seperti memahami nilai informasi, mendukung penyebaran informasi, dan mendidik individu bagaimana melakukan pencarian informasi secara sistematis.

Kemudahan dan kecepatan akses informasi saat ini menjadi lebih baik karena adanya internet, seperti melalui media sosial Instagram. Kecepatan dan ketepatan yang dengannya orang dapat memperoleh informasi yang mereka butuhkan disebut sebagai akses ke informasi. Kemampuan setiap orang berdampak pada kecepatan dan ketepatan pencarian mereka.

Teknologi

Kehidupan manusia yang dimulai dengan kesederhanaan, mungkin saat ini tergolong modern. Dengan adanya teknologi yang kini semakin berkembang dan zaman yang semakin canggih, apapun bisa diselesaikan dengan cara dunia nyata. Lanskap informasi saat ini tampaknya terkait erat dengan teknologi. Kecanggihan dunia teknologi semakin meningkat seiring dengan pemanfaatannya oleh masyarakat. Dengan bantuan teknologi, komunikasi yang sebelumnya membutuhkan banyak waktu untuk bertransmisi kini dapat dilakukan dengan cepat dan seolah-olah melintasi jarak yang sangat jauh.

Semua aspek kehidupan manusia dipengaruhi oleh teknologi informasi dan komunikasi. Kebutuhan manusia mengharuskan adanya interaksi sosial dengan orang lain, dan kemajuan teknologi kini menawarkan cara yang lebih efektif dan efisien agar komunikasi manusia dapat dilakukan dengan cepat, mudah, dan dimana saja. Tidak bisa dipungkiri bahwa manusia tidak bisa hidup tanpa teknologi. (Dwi Riyanto & Andi, 2022).

4. KESIMPULAN

Dapat ditarik kesimpulan bahwa motivasi pemenuhan kebutuhan informasi setaiap individu berbeda-beda. Melalui Instagram @Folkative, kebutuhan informasi kalangan dewasa awal dan remaja akhir dapat terpenuhi yang didasari oleh beragam jenis motivasi. Peneliti mengklasifikasikan motivasi tersebut berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan melalui wawancara dan observasi. Motivasi tersebut meliputi Cara hidup seseorang di dunia yang ditunjukkan oleh aktivitas, hobi, dan ide-idenya disebut sebagai gaya hidup mereka. Gaya hidup mengacu pada bagaimana seorang individu berinteraksi dengan lingkungannya secara keseluruhan. Pekerjaan seseorang mempengaruhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan. Pekerjaan bukan hanya meliputi profesi, namu juga jkegiatan yang dilakukan oleh individu setiap hari sebagai rutinitas untuk menjalani kehidupan. Integrasi pribadi, di mana tuntutan ini sering dikaitkan dengan peningkatan status, reputasi, dan kepercayaan seseorang. Persyaratan ini adalah hasil dari kebutuhan seseorang akan harga diri. Dan terakhir, kehidupan sosial, yang terdiri dari interaksi atau hubungan manusia dengan manusia lain dalam suatu kelompok atau konteks, komunikasi timbal balik, dan akhirnya saling membutuhkan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Dewangga, S. (2018). *Folkative.com, Media Baru untuk Pegiat "Creative Culture."* Kompasiana.
- Dwi Riyanto, & Andi. (2022). *Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2022.* <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Fithri Ajhuri, & Kayyis. (2019). *Psikologi Perkembangan Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan.* Penebar Media Pustaka.
- Helaluddin. (2018). *Mengenal Lebih Dekat dengan Pendekatan Fenomenologi: Sebuah Penelitian Kualitatif.* UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Nindya Vionita, F. (2020). *Perilaku Penemuan Dan Pengelolaan Informasi Di Kalangan Penggemar Series "One Piece."*
- No TitleFolkative *Sajikan Info Seputar Karya Anak Muda.* (2022). Meida Indonesia. <https://mediaindonesia.com/humaniora/516929/folkative-sajikan-info-seputar-karya-anak-muda>
- Nur Haerani and Nurssakinah Daulay. (2020). *Perkembangan Dinamika Remaja* (Vol. 1). Kencana.
- Ridha, & Nikmatur. (2017). Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1). <http://jurnalhikmah.staisumatera-medan.ac.id/index.php/hikmah/article/download/10/13>
- Riset Kominfo Mengenai Perilaku Remaja dalam Menggunakan Internet.* (2020).
- Rizaty, & Monavia Ayu. (2022). Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia. *Napoleon Cat.* [https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022.](https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022)