

Persepsi Followers Terhadap Akun Instagram @infotije dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pelanggan Transjakarta

by Livana Aisya

Submission date: 20-Jun-2024 09:57PM (UTC-0500)

Submission ID: 2406070997

File name: MERKURIUS_Vol_2_no_4_Juli_2024_hal_110-121.pdf (1.1M)

Word count: 3777

Character count: 25705



Persepsi Followers Terhadap Akun Instagram @infotije dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pelanggan Transjakarta

Livana Aisya
Universitas Negeri Jakarta

Alfia Purwandari
Universitas Negeri Jakarta

Nandi Kurniawan
Universitas Negeri Jakarta

Alamat: Jalan Rawa Mangun Mulya Raya
Korespondensi penulis: livanaaisya@gmail.com

Abstract. This study aims to analyze the perceptions of Transjakarta users towards the Instagram account @infotije in terms of meeting their information needs. The type of research used is descriptive research with a qualitative approach. Data collection techniques in this study include observation, interviews, and documentation. The results of the study show that the Instagram account @infotije is effective in enhancing users' knowledge about Transjakarta services, which include routes, schedules, service changes, and special facilities. This study also evaluates the approach to users' information needs, which are current, daily, in-depth, and concise. It was found that the @infotije account successfully meets the need for up-to-date and relevant information, although there is room for improvement in interaction and response to user questions. Overall, the Instagram account @infotije plays an important role in the information ecosystem of Transjakarta users, helping them plan their journeys more efficiently and increasing their trust in Transjakarta services.

Keywords: Perception, Information Needs, Transjakarta, Instagram

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi pengguna Transjakarta terhadap akun Instagram @infotije dalam hal pemenuhan kebutuhan informasi mereka. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @infotije efektif dalam meningkatkan pengetahuan pengguna tentang layanan Transjakarta, yang mencakup rute, jadwal, perubahan layanan, dan fasilitas khusus. Penelitian ini juga mengevaluasi pendekatan kebutuhan informasi pengguna, yaitu kebutuhan mutakhir, sehari-hari, mendalam, dan ringkas. Ditemukan bahwa akun @infotije berhasil memenuhi kebutuhan informasi yang selalu diperbarui dan relevan, meskipun ada ruang untuk peningkatan dalam interaksi dan respons terhadap pertanyaan pengguna. Secara keseluruhan, akun Instagram @infotije memainkan peran penting dalam ekosistem informasi pengguna Transjakarta, membantu mereka merencanakan perjalanan dengan lebih efisien dan meningkatkan kepercayaan terhadap layanan Transjakarta.

Kata kunci: Persepsi, Kebutuhan Informasi, Transjakarta, Instagram

LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi yang semakin pesat menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan. Kehadiran internet telah memunculkan jenis media baru yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja, yang sering disebut sebagai media sosial. Media sosial adalah sekumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu atau komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, berkolaborasi, atau bermain bersama. Media sosial memiliki kekuatan melalui konten yang dibuat oleh pengguna atau user-generated content (UGC), di mana konten

³⁴ dihasilkan oleh pengguna sendiri, bukan oleh editor seperti pada agensi media massa tradisional. (Sari, 2018).

Saat ini media sosial sangat marak digunakan oleh sejumlah kalangan. ²⁸ Media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari di era modern, memiliki dampak yang sangat signifikan pada berbagai aspek kehidupan. ¹⁹ Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan lainnya telah mengubah cara kita berkomunikasi, berinteraksi, dan mendapatkan informasi. Media sosial juga menjadi alat yang kuat dalam menyebarkan informasi dan memobilisasi opini publik. Kampanye sosial, aktivisme, dan gerakan sosial menggunakan platform ini untuk menyuarakan perubahan dan menyebarkan pesan mereka secara luas. ²³ Salah satu media sosial yang sering digunakan saat ini yaitu Instagram.

Banyak akun Instagram yang memberikan informasi kepada para followernya saat ini. Informasi yang diberikan sangat beragam seperti akun yang memberikan informasi tentang lalu lintas, kesehatan, kuliner, pemerintahan, dan lain sebagainya. Akun-akun yang menyediakan informasi tersebut pastinya sangat digemari oleh para pengguna Instagram karena dapat dijadikan referensi ataupun tempat untuk mencari informasi terbaru.

Informasi kini menjadi sebuah kebutuhan. Tiap-tiap individu ¹⁶ mencari sesuatu yang nyaman dan memenuhi kebutuhan mereka. ² Setiap individu mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda dalam hidupnya. Hal ini disebabkan oleh perbedaan umur, jenis pekerjaan, latar belakang pendidikan, dan jabatan profesi yang disandanginya. Kebutuhan informasi seseorang ⁸ didorong oleh keadaan diri dan peranan lingkungan sekitar. Kebutuhan informasi berubah seiring dengan pekerjaan pengguna dan seiring berjalannya waktu. Karena pengguna mempunyai kebutuhan informasi yang berbeda-beda, maka untuk memenuhi kebutuhan informasinya diperlukan berbagai sumber informasi yang dapat disesuaikan dengan permasalahan yang dihadapinya. Ketika terjadi masalah, pada saat itulah pengguna membutuhkan informasi terkait masalah tersebut. (Puspitadewi, 2016)

Sudah banyak akun di Instagram yang mempunyai tujuan untuk memberikan informasi, salah satunya pada akun Instagram @infotije yang merupakan akun Instagram transportasi umum di Jakarta. Akun Instagram @infotije cukup banyak diikuti sebagai akun yang dapat memberikan pemenuhan kebutuhan ³² informasi. Akun instagram @infotije juga salah satu akun media informasi yang aktif dalam menyebarkan informasi up to date di setiap harinya. Informasi yang diberikan oleh akun @infotije yaitu informasi tentang semua layanan yang diberikan oleh PT Transjakarta. Akun ini menginformasikan jika ada perubahan rute, halte yang sedang di revitalisasi, dan informasi seputar Transjakarta lainnya.

Akun @infotije diikuti oleh 15.000 orang. Akun ini sudah memposting sebanyak 66 postingan yang berisi informasi penyesuaian rute, informasi halte yang sedang revitalisasi maupun halte yang beroperasi kembali, dan informasi lain seputar transjakarta. Pada postingan tanggal 13 Januari 2024, postingan ini berisi tentang penyesuaian rute Cipedak – Pasar Minggu terdapat berbagai komentar pada postingan tersebut berupa pertanyaan dan keluhan yang ditulis oleh para followers direspon oleh akun transjakarta. Tetapi, beberapa keluhan atau pun pertanyaan suka terlewat dan tidak terespon oleh akun transjakarta.

²⁰ Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini yaitu “bagaimana persepsi followers terhadap akun instagram @infotije dalam memenuhi kebutuhan informasi pelanggan transjakarta?”

KAJIAN TEORITIS

⁵ Persepsi adalah suatu proses yang dimulai dengan pengindraan, yaitu penerimaan stimulus oleh individu melalui alat indra atau disebut juga proses sensoris. Proses ini tidak berhenti di sana; stimulus tersebut kemudian diteruskan dalam tahap yang disebut proses persepsi. Proses ini mencakup pengindraan, di mana setelah informasi diterima oleh alat indra, informasi tersebut diolah dan diinterpretasikan hingga membentuk persepsi yang sempurna. (Ebie, 2017)

³ Syarat-syarat persepsi adalah sebagai berikut : (1) Adanya objek yang dipersepsi. (2) Adanya perhatian yang merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam mengadakan persepsi. (3) Adanya alat indera (reseptor) yaitu alat untuk menerima stimulus. (4) Saraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus ke otak, yang kemudian sebagai alat untuk mengadakan respon. (Sudarsono & Sudarsono, 2016)

Aspek persepsi menurut Walgito dalam Meliza (2020) menyebutkan aspek persepsi dapat dibedakan menjadi tiga bagian, yaitu: (1) Aspek Kognitif (komponen perseptual) Aspek Kognitif merupakan aspek terstruktur yang didasarkan pada pengetahuan dan informasi yang dimiliki seseorang yang berkaitan dengan suatu objek tertentu. Pengetahuan dasar ini menjadi suatu keyakinan tentang objek sikap tersebut. ²² (2) Aspek Afektif (komponen emosional) Aspek afektif merupakan unsur perasaan dan keadaan emosi seseorang terhadap suatu objek tertentu. Aspek ini dapat dikatakan berkaitan dengan perasaan senang dan tidak senang. Sesuatu yang positif digambarkan dengan rasa senang, sedangkan sesuatu yang negatif digambarkan dengan rasa tidak senang. (3) Aspek Konatif (komponen perilaku) Aspek Konatif merupakan aspek yang berkaitan dengan motif atau tujuan berperilaku individu dan dapat digambarkan dengan sikap individu yang ⁴⁴ sesuai dengan persepsinya terhadap suatu objek atau kondisi tertentu.

Kebutuhan informasi setiap individu berbeda-beda. Hal karena adanya perbedaan latar belakang pendidikan, usia, jenis kelamin, pekerjaan atau profesi, dan perbedaan tujuan pribadi. Kebutuhan informasi manusia muncul dari kesenjangan pengetahuan manusia. Untuk mengisi kesenjangan atau kekurangan pengetahuan yang ada dalam diri manusia ketika menghadapi situasi tertentu untuk mengambil keputusan dan mengurangi rasa ketidakpastian dalam diri manusia (Sari dan Arfa, 2014).

Kebutuhan informasi menurut Fatmawati (2015), yaitu hubungan antara informasi dan tujuan informasi seseorang, artinya ada suatu tujuan yang memerlukan informasi tertentu untuk mencapainya.

Jenis kebutuhan informasi menurut Endang (2015) yaitu: (1) Pendekatan kebutuhan mutakhir (*Current need approach*). Pendekatan kepada kebutuhan pengguna yang sifatnya mutakhir, sehingga memerlukan interaksi yang sifatnya konstan antara pengguna dan sistem informasi. (2) Pendekatan kebutuhan sehari-hari (*Everyday need approach*). Pendekatan dilakukan pengguna dengan jangka waktu yang rutin sehingga informasi yang dibutuhkan pengguna merupakan informasi yang sehari-hari dibutuhkan oleh pengguna. (3) Pendekatan kebutuhan mendalam (*Exhaustic need approach*). Pendekatan terhadap kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam, sehingga pemustaka mempunyai ketergantungan yang tinggi pada informasi yang dibutuhkan. (4) Pendekatan kebutuhan yang ringkas dan lengkap (*Catching-up need approach*). Pendekatan yang dilakukan terhadap pengguna akan informasi yang ringkas dan juga lengkap, khususnya mengenai perkembangan terakhir suatu subyek yang diperlukan dan hal-hal yang sifatnya relevan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Menurut Ramdhan (2021) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggunakan metode untuk menjelaskan temuannya. Subjek penelitian ini ialah pelanggan transjakarta yang mengikuti akun @infotije. Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu, dokumentasi, wawancara, dan observasi. Pada penelitian ini dalam menganalisis data yaitu dengan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi Followers Terhadap Akun Instagram @infotije dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi

1. Persepsi

a) Aspek Kognitif (komponen perseptual)

Berdasarkan hasil penelitian dalam aspek kognitif followers untuk menggali pengetahuan dan pemahaman followers terhadap akun instagram @infotije. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan, ditemukan bahwa akun @infotije secara efektif meningkatkan pengetahuan pengguna tentang berbagai aspek layanan Transjakarta. Hal ini sejalan dengan pendapat Walgito dalam (Meliza,2020) yang membahas aspek kognitif.

Aspek Kognitif merupakan aspek terstruktur yang didasarkan pada pengetahuan dan informasi yang dimiliki seseorang yang berkaitan dengan suatu objek tertentu. Pengetahuan dasar ini menjadi suatu keyakinan tentang objek sikap tersebut. Pada aspek kognitif peneliti ingin mengetahui pengetahuan para pelanggan transjakarta terhadap akun Instagram @infotije.

Para informan menunjukkan pemahaman yang baik mengenai fungsi dan tujuan akun Instagram @infotije. Mereka mengidentifikasi akun ini sebagai sumber resmi informasi terkait layanan Transjakarta. Pengguna menyadari bahwa akun @infotije memberikan informasi terkini mengenai rute-rute bus, halte, jadwal, dan berbagai perubahan yang terjadi dalam layanan Transjakarta. Pengetahuan ini mencakup detail spesifik seperti modifikasi rute, penutupan halte, dan informasi mengenai fasilitas khusus seperti pin prioritas. Informasi yang disediakan oleh akun @infotije dianggap sangat membantu oleh pengguna dalam merencanakan perjalanan mereka. Keberadaan akun ini memungkinkan pengguna untuk selalu mendapatkan informasi layanan yang mereka gunakan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @infotije berhasil memenuhi kebutuhan informasi para pengguna Transjakarta secara efektif. Akun ini memainkan peran penting dalam meningkatkan pengetahuan pengguna mengenai berbagai aspek layanan Transjakarta, mulai dari rute dan jadwal hingga perubahan layanan dan fasilitas khusus. Dengan menyajikan informasi yang relevan, spesifik, dan dapat dipercaya, akun @infotije membantu pengguna dalam

merencanakan perjalanan mereka dengan lebih baik dan memastikan mereka selalu ⁴³ mendapatkan informasi yang akurat dan up-to-date.

b) Aspek Afektif (komponen emosional)

Penelitian ini mengeksplorasi aspek afektif pengguna layanan Transjakarta terhadap akun Instagram @infotije, yaitu perasaan dan emosi mereka terkait dengan keberadaan dan informasi yang disajikan oleh akun tersebut.

Aspek afektif merupakan unsur perasaan dan keadaan emosi seseorang terhadap suatu objek tertentu. Aspek ini dapat dikatakan berkaitan dengan perasaan senang dan tidak senang. Sesuatu yang positif digambarkan dengan rasa senang, sedangkan sesuatu yang negatif digambarkan dengan rasa tidak senang. Sebagian besar informan melaporkan bahwa akun Instagram @infotije sangat membantu mereka dalam mendapatkan informasi terkini mengenai layanan Transjakarta. Informasi mengenai rute, jadwal, dan perubahan layanan yang disajikan oleh akun ini ³¹ memungkinkan pengguna untuk merencanakan perjalanan mereka dengan lebih baik dan mengurangi ketidakpastian yang mungkin dihadapi saat menggunakan transportasi umum. Rasa terbantu ini menunjukkan bahwa pengguna merasa lebih nyaman dan percaya diri dalam menggunakan layanan Transjakarta.

Penelitian ini menunjukkan bahwa aspek afektif pengguna terhadap akun Instagram @infotije umumnya positif, dengan sebagian besar pengguna merasa terbantu oleh informasi yang disediakan. Akun ini memainkan peran ³⁷ penting dalam memberikan rasa aman dan nyaman kepada pengguna layanan Transjakarta. Meskipun demikian, untuk meningkatkan kepuasan pengguna secara keseluruhan, diperlukan peningkatan dalam penyajian informasi yang lebih detail dan komprehensif. Dengan demikian, akun @infotije dapat terus menjadi sumber informasi yang terpercaya dan bermanfaat bagi para pengguna Transjakarta.

c) Aspek Konatif (komponen perilaku)

Penelitian ini mengeksplorasi aspek konatif atau perilaku pengguna layanan Transjakarta dalam berinteraksi dengan akun Instagram @infotije. Aspek Konatif merupakan aspek yang berkaitan dengan motif atau tujuan berperilaku individu dan dapat digambarkan dengan sikap individu yang ³⁸ sesuai dengan persepsinya terhadap suatu objek atau kondisi tertentu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @infotije memainkan peran penting dalam mendukung komunitas pengguna Transjakarta, meskipun tingkat interaksi langsung dari pengguna mungkin terbatas. Pengguna

mengandalkan akun ini sebagai sumber informasi yang terpercaya dan berguna, baik untuk kebutuhan pribadi mereka maupun untuk membantu orang lain. Akun @infotije berhasil memenuhi fungsinya sebagai penyedia informasi yang diperlukan oleh pengguna Transjakarta, meskipun masih ada ruang untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan pengguna secara lebih aktif.

Aspek konatif dari penelitian ini mengungkapkan bahwa perilaku pengguna terhadap akun Instagram @infotije mencerminkan berbagai tingkat keterlibatan, dari pasif hingga aktif. Meskipun banyak pengguna yang jarang berkomentar, mereka tetap menghargai dan menggunakan informasi yang disediakan. Dengan demikian, akun @infotije tetap menjadi elemen vital dalam ekosistem informasi bagi pengguna Transjakarta, mendukung mereka dalam merencanakan dan menjalani perjalanan sehari-hari dengan lebih efisien dan efektif.

2. Kebutuhan Informasi

a) ¹⁶ Pendekatan kebutuhan mutakhir (*Current need approach*)⁸

Penelitian dalam pendekatan kebutuhan mutakhir⁸ ini bertujuan untuk memahami bagaimana akun Instagram @infotije memenuhi kebutuhan informasi para pengguna layanan Transjakarta dalam konteks yang sering berubah. Apakah ada interaksi antar pengguna dan sistem informasi dan apakah akun intagram selalu memberikan informasi terbaru. Selaras dengan hal tersebut menurut Fatmawati (2015),⁶ pendekatan kepada kebutuhan pengguna yang sifatnya mutakhir, sehingga memerlukan interaksi yang sifatnya konstan antara pengguna dan sistem informasi.⁴ Pengguna berinteraksi dengan sistem informasi dengan melalui hal yang sangat umum untuk meningkatkan pengetahuannya.

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ada interaksi konstan antara pengguna dan akun @infotije. Pengguna secara rutin memeriksa pembaruan dari akun ini untuk memastikan mereka memiliki informasi terbaru yang diperlukan. Kepercayaan pengguna terhadap akun @infotije sangat tinggi karena akun ini dianggap sebagai sumber informasi resmi dan dapat diandalkan. Kepercayaan ini diperkuat oleh konsistensi akun @infotije dalam menyediakan informasi yang relevan dan akurat.

Hasil penelitian ini menegaskan pentingnya akun @infotije dalam ekosistem informasi pengguna Transjakarta. Pengelola akun @infotije perlu terus memastikan bahwa informasi yang disediakan⁴¹ selalu up to date dan mudah diakses oleh pengguna. Selain itu, meningkatkan interaksi dengan pengguna, seperti menjawab

pertanyaan dan memberikan klarifikasi tambahan, dapat membantu memperkuat hubungan antara pengguna dan akun @infotije. Dengan demikian, akun ini dapat terus berperan sebagai sumber informasi yang penting dan andal bagi pengguna Transjakarta.

b) **Pendekatan kebutuhan sehari-hari (*Everyday need approach*)**

Penelitian dalam pendekatan kebutuhan sehari-hari ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas akun Instagram @infotije dalam memenuhi kebutuhan informasi harian pengguna Transjakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @infotije memainkan peran penting dalam menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna secara rutin, terutama mengenai perubahan rute dan pembukaan kembali rute yang sebelumnya nonaktif. Selaras dengan hal tersebut menurut Fatmawati (2015), pendekatan dilakukan pengguna dengan jangka waktu yang rutin sehingga informasi yang dibutuhkan pengguna merupakan informasi yang sehari-hari dibutuhkan oleh pengguna. Hal ini bisa diketahui dari berapa kali frekuensi pengguna mencari informasi. Dengan demikian, kebutuhan pengguna bersifat spesifik dan relatif cepat.

Akun Instagram @infotije berhasil memenuhi kebutuhan informasi harian pengguna Transjakarta dengan menyediakan informasi yang cepat dan spesifik. Akun ini efektif dalam memberikan pembaruan mengenai perubahan rute dan kondisi layanan, yang sangat membantu pengguna dalam merencanakan perjalanan mereka. Meskipun demikian, peningkatan dalam respons terhadap komentar dan pertanyaan dapat lebih meningkatkan keandalan dan kepuasan pengguna terhadap akun ini. Dengan terus memperbaiki aspek interaksi dengan followers, akun @infotije dapat semakin berperan sebagai sumber informasi yang terpercaya dan efisien bagi pengguna Transjakarta.

c) **Pendekatan kebutuhan mendalam (*Exhaustic need approach*)**

Penelitian ini bertujuan untuk menilai sejauh mana akun Instagram @infotije memenuhi kebutuhan informasi yang mendalam bagi para pengguna Transjakarta. Berdasarkan analisis, akun ini telah menunjukkan efektivitas yang signifikan dalam menyediakan informasi yang relevan, spesifik, dan lengkap, yang sangat menunjang kebutuhan pengguna sehari-hari. Selaras dengan hal tersebut menurut Fatmawati (2015), pendekatan terhadap kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam, sehingga pencari informasi mempunyai ketergantungan yang tinggi pada informasi

yang dibutuhkan. Oleh karena sifatnya relevan, spesifik, dan lengkap, maka informasi yang dicari sangat menunjang kebutuhan pengguna.

Akun Instagram @infotije telah menunjukkan bahwa ia mampu memenuhi kebutuhan informasi yang mendalam bagi pengguna Transjakarta. Akun ini menyediakan informasi yang relevan, spesifik, dan lengkap yang sangat berguna bagi pengguna, terutama mereka yang baru menggunakan layanan ini. Dengan demikian, akun @infotije telah berhasil menjadi sumber informasi yang andal dan bermanfaat, mendukung kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam dan akurat. Penelitian ini menegaskan pentingnya peran akun @infotije dalam memberikan layanan informasi yang berkualitas tinggi kepada para pelanggan Transjakarta.

d) **Pendekatan kebutuhan yang ringkas dan lengkap (*Catching-up need approach*)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana informasi yang disajikan oleh akun Instagram @infotije dapat diterima, dipercaya, dan disebarluaskan oleh para pengguna Transjakarta. Berdasarkan analisis, akun ini telah menunjukkan kemampuan yang luar biasa dalam menyampaikan informasi dengan cara yang ringkas, lengkap, dan relevan bagi penggunanya. Selaras dengan hal tersebut menurut Fatmawati (2015), pendekatan yang dilakukan terhadap pengguna akan informasi yang ringkas dan juga lengkap, khususnya mengenai perkembangan terakhir suatu subyek yang diperlukan dan hal-hal yang sifatnya relevan. Hal ini mencakup informasi yang diperoleh dengan sifat: dapat menampilkan sumbernya, berasal dari rujukan yang terpercaya, kemudian informasi juga menyajikan gambar maupun gaya bahasa yang menarik minat pengguna.

Informasi yang disampaikan oleh akun @infotije diterima dengan baik oleh para pengguna. Akun ini berhasil menyajikan informasi yang mudah dipahami dan langsung mengenai perkembangan terakhir yang diperlukan oleh pengguna Transjakarta. Pengguna merasa bahwa informasi yang disajikan selalu relevan dengan kebutuhan mereka sehari-hari, terutama mengenai perubahan layanan dan rute. Para pengguna menganggap akun @infotije sebagai sumber informasi yang terpercaya. Kepercayaan ini dibangun karena akun ini berasal dari sumber resmi, yaitu PT Transjakarta, sehingga pengguna yakin bahwa informasi yang diberikan adalah akurat dan dapat diandalkan. Penyajian informasi yang disertai dengan sumber yang jelas semakin memperkuat kepercayaan pengguna terhadap akun ini.

Informasi yang disampaikan oleh akun @infotije tidak hanya diterima dan dipercaya, tetapi juga disebarakan oleh pengguna kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang diberikan oleh akun ini dianggap penting dan berguna, sehingga pengguna merasa perlu untuk membagikannya kepada orang lain yang mungkin memerlukan informasi serupa. Penyajian informasi yang menarik dengan penggunaan gambar dan gaya bahasa yang menarik minat pengguna juga berkontribusi pada penyebaran informasi ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna Transjakarta memiliki persepsi yang positif terhadap akun Instagram @infotije sebagai sumber informasi yang akurat dan terpercaya. Akun ini dianggap efektif dalam meningkatkan pengetahuan pengguna tentang berbagai aspek layanan Transjakarta. Mayoritas pengguna merasa terbantu dan puas dengan informasi yang disediakan, yang membuat mereka lebih nyaman dan percaya diri dalam menggunakan layanan Transjakarta.

Akun @infotije memenuhi berbagai kebutuhan informasi pengguna Transjakarta. Akun ini selalu memberikan informasi terbaru, Informasi harian yang spesifik dan cepat, informasi yang relevan, spesifik, dan lengkap yang sangat berguna bagi pengguna, terutama mereka yang baru menggunakan layanan Transjakarta. Selain itu, informasi yang disajikan oleh akun ini mudah dipahami, menarik, dan dapat dipercaya, serta disebarakan oleh pengguna kepada orang lain.

DAFTAR REFERENSI

- Fatmawati, E. (2015). Kebutuhan informasi pemustaka dalam teori dan praktek. *Info Persadha*, 13(1), 2-13.
- Fauziyyah, S. N., & Rina, N. (2020). Literasi media digital: efektivitas akun Instagram@infobandungraya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 13-24.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun@Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32-41.
- Handayani, M. (2020). Persepsi Siswa Tentang Manifestasi Tugas-Tugas Perkembangan Remaja Siswa Kelas Xi Sma. Negeri 11 Samarinda. *Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan*, 5(1), 101-117.
- Helen, & Rusdi, F. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jkinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers . *Prologia*, 2(2), 355-362.

- Hermuningsih, S., & Wardani, K. (2016). Persepsi mahasiswa terhadap metode simulasi online trading di Bursa Efek Indonesia di Fakultas Ekonomi Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 199-207.
- Keliwar, S., & Nurcahyo, A. (2015). Keliwar, S. Motivasi dan persepsi pengunjung terhadap obyek wisata desa budaya pampang di Samarinda. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure Vol. 12, No. 2*.
- Kurniawati, R. N., Irwansyah, Rohimi, P., M.Si, B. S., Harry, Murwani, E., & Siagian, J. C. (2015). *Menjalin Harmoni Lintas Batas*. Banten: Fakultas Ilmu Komunikasi.
- Purwanto, S. (2017). Perilaku Pembelian Produk Fashion Didasarkan Pada Kepercayaan Menggunakan Media Sosial. *Ekspektra: Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 1, Nomor 1*, 55-67.
- Puspitadewi, I., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2016). Pemanfaatan “Twitter Tmcpoldametro” dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 4(1), 21-28.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Rahardjo, M. (2011). Metode pengumpulan data penelitian kualitatif.
- Ramadhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Riani, N. (2017). Model Perilaku Pencarian Informasi Guna Memenuhi Kebutuhan Informasi (Studi Literatur). *Jurnal Publis, Vol 1 No.2*.
- Riyanto, G. P. (2023, Februari 14). *Orang Indonesia Internetan Lebih dari 7 Jam Sehari, Paling Sering Buka WA dan IG*. Retrieved from Kompas.com: <https://amp-kompas-com.cdn.ampproject.org/v/s/amp.kompas.com/>
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Septian, S. A. (2019). Perilaku Siswa Dalam Pencarian Informasi Di Perpustakaan SMA Negeri 1 Kota Tegal Tahun Pelajaran 2016/2017. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 7(1), 241-250.
- Shafaruddin, R., Arkanudin, & Suryadi, A. (2013). Persepsi Mahasiswa Terhadap Upt. Perpustakaan Universitas Tanjungpura (Doctoral dissertation, Tanjungpura University).
- Siregar, & Salmaniah, N. S. (2013). Persepsi Orang Tua terhadap Pentingnya Pendidikan bagi Anak. *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik1(1)*, 11-27.
- Sudarsono, A., & Sudarsono, Y. (2016). Sudarsono, A. S., & Suharsono, Y. (2016). Hubungan persepsi terhadap kesehatan dengan kesadaran (mindfulness) menyeter sampah anggota klinik asuransi sampah di indonesia medika. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 4(1), 31-52.
- Suhaemi, A. (2022). Persepsi Mahasiswa FISIP Universitas Pasundan Pada Akun Instagram Folkative Sebagai Media Informasi. *Doctoral dissertation FISIP UNPAS*.
- Tawaf, & Alimin, k. (2012). Kebutuhan informasi manusia: Sebuah pendekatan kepustakaan. *Kutubkhanah*, 15(1), 50-59.

- Wardani, T. R., Suwignyo, H., & Ernaningsih, D. N. (2018). Kebutuhan Informasi dan Upaya Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Komunitas Akar Tuli. *BIBLIOTIKA: Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 2(2), 105-112.
- Widayanti, S. D. (2018). Persepsi Orang Tua Siswa Kelas II Sampai Kelas V SDN 14 Sesetan Terhadap Kegiatan Pelayanan Asuhan Kesehatan Gigi Dan Mulut Tahun 2018.
- Yazid, T. P., & Ridwan. (2017). Proses Persepsi Diri Mahasiswi Dalam Berbusana Muslimah. *An-Nida'*, 41(2), 193-201.
- YUSMANIZAR, Haning, T., Unde, A., & MUHAMMAD, Y. (2020). Hernald, Y. I., Haning, T., Unde, A., & Yunus, M. (2020). ANALISIS KARAKTERISTIK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA MAKASSAR. *Jurnal Jurnalisa*, 6(2).

Persepsi Followers Terhadap Akun Instagram @infotije dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pelanggan Transjakarta

ORIGINALITY REPORT

25%

SIMILARITY INDEX

24%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ejurnal.binawakya.or.id Internet Source	2%
2	media.neliti.com Internet Source	2%
3	digilib.unila.ac.id Internet Source	2%
4	anzdoc.com Internet Source	1%
5	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	1%
6	www.coursehero.com Internet Source	1%
7	www.researchgate.net Internet Source	1%
8	eprints.uniska-bjm.ac.id Internet Source	1%
9	repository.unp.ac.id Internet Source	1%

10	journal.ipm2kpe.or.id Internet Source	1 %
11	Yuli Nugraheni, Brigitta Revia Sandy Fista. "Preferensi Orang Tua di Keluarga Indonesia di Pulau Jawa dalam Mencari Informasi Mengenai Covid 19", Jurnal Spektrum Komunikasi, 2022 Publication	1 %
12	proceeding.unpkediri.ac.id Internet Source	1 %
13	statik.unesa.ac.id Internet Source	1 %
14	dspace.uii.ac.id Internet Source	1 %
15	repository.unisba.ac.id:8080 Internet Source	1 %
16	jurnal.unpad.ac.id Internet Source	1 %
17	Submitted to University of Mary Student Paper	<1 %
18	journal.unimar-amni.ac.id Internet Source	<1 %
19	frangao.net Internet Source	<1 %

repository.unsri.ac.id

20

Internet Source

<1 %

21

www.jurnal-umbuton.ac.id

Internet Source

<1 %

22

eprints.walisongo.ac.id

Internet Source

<1 %

23

journal.fib.uho.ac.id

Internet Source

<1 %

24

www.jurnalkommas.com

Internet Source

<1 %

25

Submitted to Universitas Brawijaya

Student Paper

<1 %

26

berselium.net

Internet Source

<1 %

27

es.scribd.com

Internet Source

<1 %

28

www.trenasia.com

Internet Source

<1 %

29

Achmad Syah Galang Ramadhan, Sandrina Humaira. "The Effectiveness of Communication on Generasi Pesona Indonesia's Instagram in Fulfilling Tourism Informationn Needs", Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2023

Publication

<1 %

30 Muhammad Ilham, Yona Primadesi. "Pengalaman Informasi Followers Akun Instagram @Viviatal dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Mengenai Self Development", YASIN, 2024
Publication <1 %

31 newsidsite.wordpress.com
Internet Source <1 %

32 www.aksiologi.org
Internet Source <1 %

33 www.darusaz.com
Internet Source <1 %

34 www.jiip.stkipyapisdompnu.ac.id
Internet Source <1 %

35 digilib.uinsby.ac.id
Internet Source <1 %

36 ejournal.unp.ac.id
Internet Source <1 %

37 englisah.wordpress.com
Internet Source <1 %

38 journal.uinsgd.ac.id
Internet Source <1 %

39 journal.univetbantara.ac.id
Internet Source <1 %

40 jurnal.fkip.unila.ac.id <1 %
Internet Source

41 karyatulisilmiah.com <1 %
Internet Source

42 kreasiimedia.blogspot.com <1 %
Internet Source

43 mail.kaboki.go.id <1 %
Internet Source

44 repository.upp.ac.id <1 %
Internet Source

45 www.scilit.net <1 %
Internet Source

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On