

MOTIF DAN KEPUASAN KOMUNITAS ACID PADA MEDIA SOSIAL DISCORD SEBAGAI SARANA PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI

Maria Clara Irsa Setya Tumewu^{1*}, Nani Kurniasari²

Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis, Jakarta, Indonesia

*m.clairaisa@gmail.com

Abstract

Computer Mediated Communication encourages the formation of virtual communities in the new media era. The shift in communication patterns to become more effective and efficient is one of the advantages that can be felt through the presence of the Internet in the daily life of its users. Discord as the main medium for exchanging information for members of the Indonesian Autoclutch community, specifically discusses sim racing or virtual racing which is in great demand by various social, economic, and age groups. Thus, the existence of Discord as a means of fulfilling information needs that has been used by more than 100 million users every month is interesting to be studied further. This study aims to analyze Discord as a medium for meeting the information needs of the ACID community using Uses and Gratifications Theory. The methodology used in this study is based on the positivistic paradigm, through a quantitative approach, with an explanatory type, using measuring tools in the form of a questionnaire, simple correlation analysis data analysis techniques, and Discrepancy Theory to see a comparison between motives and satisfaction obtained. The results showed that there was a moderate level of satisfaction with a percentage of 82%.

Keywords: discord, e-sports, virtual community, uses and gratifications

Abstrak

Computer Mediated Communication mendorong terbentuknya komunitas virtual di era media baru. Pergeseran pola komunikasi yang menjadi lebih efektif dan efisien menjadi salah satu kelebihan yang dapat dirasakan melalui hadirnya Internet dalam keseharian penggunaannya. Discord sebagai media utama pertukaran informasi bagi para anggota komunitas Autoclutch Indonesia, secara khusus membahas sim racing atau balap virtual yang banyak diminati oleh berbagai rentang kalangan sosial, ekonomi, dan juga usia. Dengan demikian, keberadaan Discord sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi yang telah digunakan oleh lebih dari 100 juta pengguna setiap bulannya menarik untuk ditelaah lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Discord sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi komunitas ACID dengan menggunakan Teori Uses and Gratifications. Metodologi yang digunakan pada penelitian ini ialah berdasarkan paradigma positivistik, melalui pendekatan kuantitatif, dengan jenis eksplanatif, menggunakan alat ukur berupa kuesioner, teknik analisis data analisis korelasi sederhana, serta Discrepancy Theory untuk melihat perbandingan antara motif dan kepuasan yang diperoleh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kepuasan tingkat sedang dengan presentase sebesar 82%.

Kata kunci: discord, e-sports, komunitas virtual, sim racing, uses and gratifications

PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di era digital dengan hadirnya Internet (*Interconnected Network*) mampu menghubungkan antar pengguna secara virtual di dunia maya yang menyebabkan keterlibatan manusia akan

tingginya permintaan akan kebutuhan informasi melalui perangkat komputer. Kebutuhan informasi yang didapat dengan penggunaan teknologi mampu meningkatkan interaktivitas dan membantu mengekspresikan diri lebih dalam, merupakan suatu dampak dari hadirnya

media komunikatif dalam sebuah komunitas digital (Herring dalam Baguley, 2019).

Hal tersebut sejalan dengan proses komunikasi *Computer - Mediated Communication* (CMC) yang dalam interaksinya melibatkan komputer sebagai perantara untuk membentuk komputer dengan berbagai tujuan. Thurlow dan para koleganya memiliki pendapat bahwa CMC sebenarnya hanya mentransformasi interaksi sosial yang terjalin antarmanusia termasuk identitas, hubungan, serta komunitas dan bukan meniadakan komunikasi tatap muka (Rumata, 2017).

Fenomena tersebut dapat dilihat melalui lahirnya beberapa komunitas virtual di mana setiap anggota di dalamnya dapat menggunakan identitas virtual yang menjadikan dirinya lebih ekspresif di dunia maya. Dalam dunia olahraga, komunitas virtual terbentuk berdasarkan interaktivitas para pemain yang berkesinambungan. Interaktivitas tersebut sangat dibutuhkan untuk jenis olahraga *e-sports* yang telah memiliki regulasi khusus di Indonesia karena sifatnya yang interaktif melalui Peraturan Menteri No. 11 tahun 2016 tentang Klasifikasi Umum Permainan Interaktif Elektronik yang diresmikan oleh Rudiantara yang saat itu menjabat sebagai Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.

Beberapa komunitas virtual *e-sports* yang terbentuk dengan interaktivitas antar pengguna diantaranya adalah Balap di Rumah (BDR) dengan jumlah anggota 245 orang, *Sim Racer* Indonesia (SRI) dengan jumlah anggota 218 orang, dan *Autoclutch Indonesia* (ACID) dengan jumlah anggota 230 orang yang sama-sama memiliki ketertarikan dalam *e-sports* dengan genre *sim racing* atau balap virtual. Meski belum memiliki banyak penggemar seperti genre lainnya, *sim racing* secara eksklusif digemari oleh beberapa pembalap kelas dunia *Formula One* (F1) yaitu Lewis Hamilton, Valtteri Bottas, Max Verstappen, dan Charles Leclerc yang juga mengikuti

online racing F1 Esports Virtual Grand Prix sebagai ganti dari ajang Grand Prix yang sebenarnya. Pertandingan tersebut disaksikan oleh 11.4 juta penonton dari beberapa *platform* digital yang digunakan yaitu YouTube, Facebook, Twitch, dan lainnya pada tahun 2020 (Supriyadillah, 2021). Hal ini dilakukan sebagai upaya pengembangan dunia balap *offline* ke dunia *online* yang bekerjasama dengan Gfinity.

Di Indonesia upaya tersebut juga dilakukan oleh Ikatan Motor Indonesia (IMI) yang membentuk komisi khusus *sim racing* secara resmi yang dinamakan Komisi Digital Motorsport pada tahun 2018. Pada tahun berikutnya, IMI mengadakan kejuaraan nasional (KEJURNAS) balap virtual bertajuk “*Indonesian Digital Motorsport Championship* (IDMC)” sebagai *event* balap terbesar di Indonesia yang dapat diikuti oleh berbagai tim dari seluruh Indonesia.

Informasi terkait *sim racing* yang masih sangat minim didapatkan, menjadi salah satu alasan berdirinya ACID dalam memperkenalkan dan mengembangkan *sim racing* ke ranah yang lebih luas. Komunitas ini pertama kali didirikan pada tahun 2019 dengan nama *Assetto Corsa Indonesia* sebelum berubah menjadi *Autoclutch Indonesia* yang diprakarsai oleh Dimas Vadriawan dan Riyan Adisaputra sebagai *penggemar sim racing*. Andreas Yudhistira, yang juga tergabung di dalamnya kemudian membentuk sebuah server dalam media sosial Discord yang diketuai oleh Bobby Susanto.

Urgensi dalam penelitian ini berangkat dari masalah yang seringkali dihadapi mengenai penyebaran informasi yang dilakukan oleh ACID kepada para audiensnya. Discord dipilih sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi utama yang diharapkan mampu membawa hasil yang baik bagi pemenuhan kebutuhan informasi audiens, sehingga dapat membantu penggemar *sim racing* dalam menentukan sarana komunikasi yang paling efektif baginya. Terlebih saat ini Discord

tidak hanya digunakan untuk kalangan *gamer*, namun juga merambah lingkup pendidikan, pekerjaan, serta kegiatan ekonomi dan juga bisnis yang kian bertambah pesat setiap harinya.

Berdasarkan data pada gambar 1, Discord merupakan media yang paling aktif digunakan oleh para anggotanya sebagai tempat pertukaran informasi. Discord memiliki lebih dari 100 juta pengguna aktif setiap bulannya, 13.5 juta server aktif setiap minggu, dan 4 miliar menit percakapan yang ada dalam server setiap harinya. Selain itu angka statistik menunjukkan bahwa pengguna Discord telah mencapai lebih dari 300 juta pengguna pada bulan Juni tahun 2020, di mana angka tersebut meningkat pesat dibandingkan bulan Mei tahun 2017 yang tercatat sebanyak 45 juta pengguna saat itu (J. Clement, 2021).



Gambar 1. Data pengguna aplikasi Discord
Sumber: discord.com (2020)

Sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi yang banyak digunakan oleh segala kalangan khususnya ACID, peneliti perlu mengetahui motif yang dimiliki oleh anggota komunitas ACID yang mendorong keputusannya untuk bergabung ke dalam server ACID di media sosial Discord. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori *Uses and Gratifications* yang mempelajari tentang mengapa dan bagaimana seseorang secara aktif mencari, memilih dan menggunakan media tertentu untuk memenuhi kebutuhan tertentu yang ada dalam individu tersebut.

Berkaitan dengan Teori *Uses and Gratifications* dalam pemenuhan kebutuhan informasi, terdapat beberapa penelitian yang menyatakan bahwa media sosial khususnya Instagram dinilai efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi khalayak (Sukarni, 2018; Wardani, Suwignyo, & Ernaningsih,

2018; Helen, Rusdi, 2019). Sementara Putri (2020) menambahkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara konten yang disajikan dengan pemenuhan kebutuhan informasi khalayak. Penelitian ini mencoba untuk melihat adanya kepuasan, efektivitas, signifikansi, serta kesenjangan yang dirasakan oleh anggota komunitas ACID dalam mengakses media sosial Discord sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi terkait *sim racing*.

Penelitian tentang Discord pada komunitas virtual juga pernah dilakukan untuk menentukan kemudahan dari platform Discord, menganalisa bagaimana kemudahan tersebut diimplementasikan pada sebuah studi kasus dalam komunitas penggemar *online*, serta melihat bagaimana implementasi tersebut dapat membuat sebuah komunitas berkembang dengan metode *computer-mediated discourse analysis* (CMDA). Hasil analisis menyatakan bahwa terdapat pendekatan baru pada *actor network theory* (ANT) terhadap netnografi yang meningkatkan nilai-nilai terhadap budaya dan komunitas *online* secara signifikan. Penelitian ini juga menemukan bahwa platform Discord memiliki keuntungan secara mutualisme antara komunitas penggemar dan *Failbetter Games* yang menjadikan *game* tersebut mampu bertahan lama dan berkembang (Baguley, 2019). Berkaitan dengan penelitian tersebut, penelitian ini mencoba untuk melihat kepuasan yang dirasakan oleh komunitas virtual terhadap media sosial Discord yang ditinjau melalui Teori *Uses and Gratifications* melalui dimensi kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, dan hiburan.

Dari sisi psikologis, penelitian tentang *sim racing* pernah dilakukan dengan menggunakan Model Agresi Umum (GAM) metode eksperimental yang bertujuan untuk menginvestigasi efek dari variabel kontekstual dari permainan balap dan hubungannya terhadap perilaku berkendara yang berbahaya. Hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut adalah bahwa permainan

balap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku berkendara yang berbahaya, demikian pula *reward* yang didapatkan juga memberi pengaruh signifikan dalam pengambilan keputusan yang berisiko tinggi. Sebaliknya, karakteristik *punishment* dari permainan balap cenderung mengurangi pengambilan keputusan berisiko tinggi yang dilakukan oleh para pemainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa berbagai aspek yang ada pada permainan balap dapat memengaruhi seseorang dalam mengambil suatu keputusan saat berkendara (Deng, 2017). Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini mencoba untuk menganalisis *sim racing* dari sudut pandang ilmu komunikasi sebagai topik kebutuhan informasi dibalik motif yang dimiliki anggota komunitas ACID dalam mengakses media sosial Discord.

Berdasarkan latarbelakang di atas penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan adanya kepuasan yang diperoleh anggota ACID berdasarkan motif atau harapan yang dimiliki terhadap pemenuhan kebutuhan informasi melalui media sosial Discord, serta untuk melihat signifikansi dan kesenjangan antar motif dan kepuasan itu sendiri melalui sudut pandang ilmu komunikasi dengan menggunakan Teori *Uses and Gratifications* melalui dimensi kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, dan hiburan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dikaji dengan menggunakan paradigma positivistik yang disebut juga sebagai paradigma tradisional, yang memiliki tiga tahap yakni teologis, metafisik dan positivistik. Pola pemikiran positivistik kemudian dikembangkan oleh Emile Durkheim pada kajian konsep fakta sosial (Durkheim, 1982). Pandangan positivistik pada penelitian ini mengacu pada objektivitas dari objek penelitian yang didasari fakta realitas dari fenomena *sim racing*, yang merupakan sebuah *slang* yang

berkembang di kalangan pembalap simulator atas perkembangan yang sangat pesat pada balapan simulator (*sim racing*).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif yang merupakan sebuah kegiatan observasi terhadap fenomena sosial yang terjadi berdasarkan pengujian hipotesis yang dilandaskan pada teori dan terdiri dari variabel-variabel yang dapat diukur secara kuantifikasi (Bungin, 2017). Sedangkan definisi lain menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dapat menggeneralisasikan hasil dari gambaran atau penjelasan mengenai suatu permasalahan (Kriyantono, 2014).

Jenis penelitian eksplanatif yang digunakan dalam penelitian bertujuan untuk melihat hubungan sebab akibat antarvariabel, dengan menggunakan teori sebagai titik tolak pemikiran atau dasar dari hipotesis-hipotesis yang akan diuji. Variabel dalam penelitian ini merujuk pada dimensi motif informasi yang dimiliki oleh anggota komunitas ACID dan pemenuhan dimensi kepuasan informasi yang diperoleh dalam menggunakan media sosial Discord. Tujuan dari jenis penelitian eksplanatif adalah untuk menemukan penjelasan tentang alasan di balik suatu fenomena yang terjadi di mana hasil akhirnya adalah gambaran tentang sebuah sebab akibat dari pola-pola yang berbeda namun memiliki sebuah keterikatan (Prasetyo & Jannah, 2006).

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survei yang dilakukan dengan menyebarkan angket atau kuesioner pada seluruh anggota atau populasi ACID yang berjumlah 264 orang. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*. Sementara ukuran sampel ditentukan berdasarkan *Isaac and Michael Sampling Table* dengan total 150 responden dengan tingkat kesalahan 5%.

Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan uji normalitas *One Sample Kolmogorov Smirnov* di mana ketentuannya adalah hasil uji signifikansi di atas 5% atau 0,05 yang memiliki data berdistribusi normal. Namun sebaliknya jika angka yang dihasilkan berada di bawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016).

Uji validitas yang bertujuan untuk mengukur kesahihan dari alat ukur yang digunakan, sejauh mana alat ukur dapat mengenai sasaran dan apakah alat ukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Suatu item pernyataan akan dikatakan valid jika *corrected item-total correlation* (r hitung) lebih besar dibandingkan r tabel (Sarjono & Julianita, 2011).

Selain uji validitas, uji reliabilitas dalam penelitian ini bertujuan untuk menentukan apakah suatu kuesioner dapat memberikan ukuran yang konsisten atau tidak. Reliabilitas dapat diartikan sebagai penggunaan alat ukur yang stabil atau tidak berubah-ubah, konsisten, dan dapat diandalkan dalam memecahkan suatu masalah (Kriyantono, 2014). Pengujian realibilitas yang digunakan pada penelitian ini adalah *internal consistency* menggunakan perhitungan *Cronbach's alpha*. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's alpha* di atas 0,5 dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

r_{11} = Reliabilitas

n = Jumlah item yang diuji

$\sum \sigma_t^2$ = Jumlah varian skor masing-masing item

σ_t^2 = Varian total

Analisis korelasi sederhana dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui hubungan antarvariabel yang digunakan dalam penelitian ini. Untuk dapat mengetahui hal tersebut, maka peneliti menggunakan Analisis Koefisien Korelasi yang dikemukakan oleh Pearson untuk menganalisa korelasi antara dua variabel yang diteliti. Korelasi dapat dihitung menggunakan metode korelasi *product moment* atau *Pearson Correlation Coefficient* (PCC) dengan rumus berikut (Sugiyono, 2017):

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien antara variabel X dan variabel Y

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara variabel X dan Y

$\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\sum x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

Untuk melihat adanya kesenjangan antara motif dan kepuasan dalam penelitian ini, maka peneliti perlu melihat perbandingan mean antara *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO) untuk melihat adanya kesenjangan yang terjadi dalam variabel tersebut yang diukur dengan menggunakan beberapa indikator seperti yang telah dijelaskan dalam definisi operasional. Kesimpulan akhir dalam perbandingan mean tersebut mengacu pada salah satu hipotesis penelitian sesuai dengan indikator terjadinya kesenjangan kepuasan. Adapun metode yang digunakan untuk melihat kesenjangan antarvariabel tersebut ialah *Discrepancy Analysis Model* yang diciptakan oleh Philip Palmgreen dengan menggunakan rumus berikut:

$$D = \frac{\sum_{i \neq j} n \cdot i \cdot j}{\sum \sum_{i \neq j} n \cdot i \cdot j}$$

Keterangan:

- D : *Discrepancy*
 n : Jumlah sampel
 i : Kepuasan yang diharapkan
 j : Kepuasan yang diperoleh

Hasil yang diperoleh dari perbandingan mean antara variabel GS dan GO dengan menggunakan *Discrepancy Analysis Model* kemudian dioperasionalkan dengan menggunakan Analisis Tabulasi Silang (*Cross-Tabulation Analysis*) untuk menganalisis hubungan antarvariabel atau lebih secara kuantitatif. *Cross-tabulation* dilakukan dengan menyilangkan masing-masing indikator dari variabel antara GS dan GO untuk mengetahui nilai kesenjangan yang ditampilkan dalam bentuk presentase dan kemudian diklasifikasikan berdasarkan Klasifikasi Tingkat Kesenjangan menurut Kriyantono yaitu jika presentase kesenjangan berada dalam rentang 0 – 11% maka tingkat kepuasan tergolong tinggi, jika presentase kesenjangan berada dalam rentang 11 – 20% maka tingkat kepuasan tergolong sedang, dan jika tingkat kepuasan berada dalam rentang 21 – 30% maka tingkat kepuasan tergolong rendah. Semakin kecil kesenjangan yang terjadi maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uses and Gratifications Theory

Fenomena terkait motif dan kepuasan yang dimiliki oleh anggota komunitas Discord dapat dikaji lebih dalam dengan menggunakan Teori *Uses and Gratifications* yang dikemukakan oleh Katz, Blumer, dan Gurevitch pada tahun 1974 dalam buku yang berjudul *The Uses of Mass Communications: Current Perspective on Gratifications Research* (Nurudin, 2004: 181). Teori ini memiliki asumsi dasar bahwa

media tidak memiliki kekuasaan dan tidak dapat mengontrol khalayak, sebaliknya khalayaklah yang dianggap sangat aktif dalam pemilihan media hingga dapat menciptakan perspektif yang berbeda bagi dirinya sendiri (Humaizi, 2018).

Terdapat beberapa asumsi-asumsi dasar dalam Teori *Uses and Gratifications* menurut Katz, Blumer, dan Gurevitch (Rakhmat, 2018): (a) Khalayak aktif mempunyai tujuan yang jelas dalam penggunaan media dan berperan penting dalam pendekatan teori ini, (b) Khalayak merupakan pihak yang memiliki inisiatif dalam pemilihan media untuk memenuhi kebutuhannya dalam proses komunikasi massa, (c) Dalam rangka pemenuhan kebutuhan khalayak, media massa harus bersaing dengan beberapa sumber lain untuk memenuhi kebutuhan khalayak, (d) Pada beberapa situasi tertentu khalayak dianggap mampu dan sadar akan minat kepentingan dan motif dalam penggunaan media, (e) Penanggungan tentang penilaian arti kultural atau pesan dari media massa hanya dapat dilakukan oleh khalayak, dengan demikian peneliti tetap fokus pada penilaian khalayak berdasarkan kebutuhan khalayak akan isi atau muatan media yang digunakan.

Dalam Teori *Uses and Gratifications*, terdapat Variabel Anteseden di mana variabel ini biasa diasumsikan sebagai variabel sebab atau independen yang terdiri dari variabel individu seperti usia, jenis kelamin, dan faktor-faktor psikologi, serta variabel lingkungan seperti organisasi, sistem sosial, dan struktur sosial. Variabel ini berguna sebagai dasar peneliti dalam memprediksikan suatu variabel independen. Sebaliknya, terdapat pula variabel yang diprediksi atau dapat diasumsikan menjadi variabel akibat yang juga disebut dengan variabel dependen atau *criterion variable* (Wimmer Dominick dalam Kriyantono, 2014) yang terdiri dari (a) Motif yang di dalamnya mencakup personal, diversifikasi, dan identitas personal, (b) Penggunaan Media yang mencakup tentang jumlah waktu, jenis

isi media, dan hubungan, (c) Efek yang mencakup tentang kepuasan dan pengetahuan yang didapatkan seseorang setelah mengonsumsi suatu media.

Terdapat asumsi-asumsi dasar Teori *Uses and Gratifications* menurut Katz, Blumer, dan Gurevitch diantaranya: (1) khalayak aktif mempunyai tujuan yang jelas dalam penggunaan media dan berperan penting dalam pendekatan teori ini, (2) khalayak merupakan pihak yang memiliki inisiatif dalam pemilihan media untuk memenuhi kebutuhannya dalam proses komunikasi massa, (3) dalam rangka pemenuhan kebutuhan khalayak, media massa harus bersaing dengan beberapa sumber lain untuk memenuhi kebutuhan khalayak, (4) pada situasi tertentu khalayak dianggap mampu dan sadar akan minat kepentingan dan motif dalam penggunaan media, (5) penangguhan tentang penilaian arti kultural atau pesan dari media massa hanya dapat dilakukan oleh khalayak sehingga peneliti dapat fokus pada penilaian khalayak terhadap isi media yang digunakan (Nurhadi Z. F., 2017).

New Media

Media baru (*new media*) menurut Flew didefinisikan sebagai bentuk media digital yang unik, dan pembuatan ulang bentuk media yang lebih tradisional untuk mengadopsi dan beradaptasi dengan teknologi media baru (Efendi, Astuti, & Rahayu, 2017). Ia juga berpendapat bahwa media baru merupakan sebuah definisi istilah untuk menjelaskan keadaan di mana media diarahkan pada satu titik pertemuan antara komunikasi digital yang terkomputerisasi dan juga terhubung ke dalam suatu jaringan. Menurutnya, Internet merupakan satu contoh media baru yang sangat merepresentasikan kondisi yang sesungguhnya sesuai dengan karakteristik media baru, yaitu interaktivitas, interkoneksi, dan aksesibilitas (Nurhadi

& Irwansyah, 2018). Lebih lanjut, Straubhaar, LaRose, dan Davenport (2012) membahas mengenai aspek-aspek media baru diantaranya adalah digital, interaktif, media sosial, komunikasi *asynchronous*, *narrowcasting*, dan multimedia.

Computer Mediated Communication

Computer Mediated Communication (CMC) merupakan komunikasi yang dimediasi melalui perantara komputer antara manusia yang didefinisikan oleh Susan C. Herring, sebagai seorang ahli bahasa dan komunikasi Amerika yang secara spesifik penelitiannya dikenal sebagai penelitian yang dilakukan dalam media Internet. Sedangkan John December (1997), seorang pengembang website *CMC Magazine* yang telah berpengalaman menjadi guru, pembuat perangkat lunak serta penulis artikel dan buku tentang topik Internet beserta informasi *online* sejak 1992 mendefinisikan CMC sebagai proses pembentukan media dengan berbagai tujuan yang melibatkan manusia dalam proses komunikasi melalui komputer, yang terdiri lebih dari satu orang, dan berada dalam konteks tertentu (Nasrullah, 2018). Berdasarkan definisi tersebut CMC selalu dikaitkan dengan komputer dan manusia yang tidak pernah lepas sebagai bagian dari proses komunikasi, dengan tujuan dan konteks tertentu tergantung bagaimana manusia menginginkannya.

Media Sosial Discord

Discord merupakan perangkat lunak yang mendukung VoIP atau *Voice over Internet Protocol* (suara), pesan singkat, dan distribusi digital Amerika yang memungkinkan penggunaannya untuk membentuk sebuah komunitas yang memiliki kelebihan tersendiri dibanding media sosial lainnya seperti Discord *server bot*, otoritas anggota, serta integrasi dengan aplikasi lain yang dapat digunakan bersamaan. Pada dasarnya, Discord adalah sebuah perangkat lunak yang dapat digunakan semua orang untuk dapat

membuat sebuah server atau penyedia layanan dalam sistem komputer yang dapat dikategorikan sebagai media sosial. Server tersebut berguna sebagai tempat berkumpulnya suatu komunitas yang memiliki ketertarikan dan kebutuhan di bidang yang sama. Dengan demikian, orang-orang dari seluruh daerah dan kalangan berbeda dapat bergabung untuk mencari dan berbagi informasi.

Kepuasan

Étienne Charles Wenger, seorang ahli teori dan praktisi pendidikan lewat bukunya yang berjudul “*Cultivating Communities of Practice*” mendefinisikan komunitas sebagai sekumpulan atau sekelompok individu yang saling berbagi suatu topik masalah, perhatian atau kegemaran terhadap topik tersebut termasuk di dalamnya tentang bagaimana memperdalam pengetahuan mereka serta keahlian mereka tentang suatu topik tertentu dengan melakukan interaksi satu dengan yang lainnya secara berkelanjutan (Wenger, 2002).

Hillery (1995) mendefinisikan komunitas melalui beberapa karakteristik tertentu, yaitu (Nasrullah, 2018): (a) Terdiri dari sekumpulan orang atau kelompok; (b) Para anggota kelompok itu saling menjalin relasi secara sosial; (c) Baik individu maupun anggota kelompok lain saling memiliki kebutuhan dan tujuan yang sama; (d) Adanya waktu terbuka yang diluangkan individu untuk anggota kelompok-kelompok yang lain.

Khalayak

Khalayak menurut Windahl dan Signitzer (1992) didefinisikan sebagai penonton yang secara sukarela telah memilih penggunaan suatu konten atau media tertentu. Mereka dapat memilih dan mengakses media dan informasi-informasi di dalamnya terkait dengan kesadarannya. Lebih lanjut, mereka juga berpendapat bahwa definisi khalayak dapat disesuaikan

dengan keinginan dari pengirim pesan, keanggotaan khalayak itu sendiri, dan juga tergantung pada media yang digunakan (Nasrullah, 2018).

Kebutuhan Informasi

Upaya dalam memenuhi kebutuhan informasi yang dialami seseorang dimulai ketika seseorang mengaku dan merasa adanya kekurangan dan ketidakpastian akan suatu informasi atau pengetahuan yang dimilikinya. Dengan demikian seseorang akan terus berusaha dalam memenuhi kekurangan dan memastikan hal tersebut dengan melakukan pencarian informasi atau pengetahuan. Literatur merupakan satu bentuk informasi yang menggambarkan tujuan seseorang dalam memenuhi kebutuhan informasi tersebut (Krikelas dalam Ramdhani, Prijana, & Rodiah, 2017). Definisi lain menyebutkan bahwa kebutuhan informasi adalah suatu kondisi kehampaan atau kesenjangan yang dirasakan dalam struktur kognisi individu sebagai akibat dari sebuah tugas atau hanya sebatas keingintahuannya saja (Yusuf & Subekti, 2010). Terdapat jenis-jenis kebutuhan informasi menurut Katz, Blumer, dan Gurevitch, antara lain kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, dan kebutuhan integrasi sosial (Yusuf dalam Sitompul & Dirgahayu, 2014).

Pembahasan

Hasil penelitian terbagi berdasarkan dua variabel utama yaitu Variabel Motif dan Variabel Kepuasan yang masing-masing memiliki lima dimensi yaitu kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, dan hiburan (Sitompul & Dirgahayu, 2014).

Dari hasil operasional tabulasi silang melalui perbandingan antara Variabel Motif dan Variabel Kepuasan peneliti dapat menyimpulkan bahwa: (1) pemenuhan kebutuhan informasi secara kognitif telah terpenuhi dengan presentase sebesar 85% yang dapat dikategorikan sebagai tingkat kepuasan sedang; yang berarti bahwa

Discord mampu memuaskan rasa keingintahuan anggota komunitas ACID dalam upaya mengerti dan menguasai lingkungannya, (2) pemenuhan kebutuhan informasi secara afektif telah terpenuhi dengan presentase sebesar 86% yang dapat dikategorikan sebagai tingkat kepuasan sedang; Discord mampu dijadikan sarana untuk berbagi pengalaman menyenangkan yang berkaitan dengan pengalaman emosional dan estetis, serta apresiasi terhadap dunia *sim racing* hingga muncul sebuah pengalaman atau perasaan baru yang nyaman atas informasi yang diterima melalui Discord, (3) pemenuhan kebutuhan informasi dalam integrasi personal telah terpenuhi dengan presentase sebesar 79% yang dapat dikategorikan sebagai tingkat kepuasan rendah; Discord dianggap mampu meningkatkan kredibilitas setiap anggota komunitas ACID dalam kalangan *sim racing*, di mana orang lain dapat menaruh kepercayaan pada dirinya karena stabilitas dan status yang kuat melekat dalam dirinya, (4) pemenuhan kebutuhan informasi dalam integrasi sosial telah terpenuhi dengan presentase sebesar 83% yang dapat dikategorikan sebagai tingkat kepuasan sedang; Discord mampu memenuhi hasrat sosial setiap anggota untuk dapat berafiliasi dengan lingkungan keluarga, teman, dan dunia luar dengan lebih erat. Anggota komunitas ACID seringkali berbagi topik tentang *sim racing* saat berdiskusi dengan orang lain dan mencari informasi tentang permasalahan sosial yang sedang terjadi, (5) pemenuhan kebutuhan informasi dalam hiburan secara keseluruhan telah terpenuhi dengan presentase sebesar 75,73% yang dapat dikategorikan sebagai tingkat kepuasan rendah, Discord dianggap dapat dijadikan tempat hiburan, melepas ketegangan atas situasi yang dialami, serta pelarian emosi dari keadaan yang jenuh dan menyebabkan sulit berpikir bagi setiap anggota komunitas ACID, (6) terdapat satu indikator “penyaluran emosi” dalam dimensi hiburan di mana Discord gagal untuk

memenuhi kebutuhan informasi dengan presentase sebesar 65,40% yang perlu menjadi perhatian agar Discord semakin efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi anggota komunitas ACID terkait *sim racing*.

Sejalan dengan asumsi dasar Teori *Uses and Gratifications* bahwa khalayak aktif memegang peranan penting dalam pemilihan media, maka anggota komunitas ACID dinilai berinisiatif dalam tujuan mencari informasi tentang *sim racing* melalui sarana komunikasi lain yang mampu memenuhi kebutuhannya. Hasil survei menunjukkan bahwa Discord merupakan media yang dapat menyediakan informasi, bimbingan, serta jawaban atas kehampaan informasi terkait *sim racing*.

Keputusan individu sebagai khalayak untuk dapat bergabung menjadi bagian dalam sebuah komunitas, dan memilih Discord sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi merupakan salah satu praktik dari asumsi dasar Teori *Uses and Gratifications*. Hal ini merupakan salah satu contoh nyata bagaimana teori ini telah mengimplementasi khalayak dalam pemilihan media sebagai sarana komunikasi.

Asumsi berikutnya yang menekankan kemampuan dan kesadaran khalayak akan minat kepentingan dan motif dalam penggunaan media juga dinilai akurat dalam penelitian ini, di mana anggota komunitas Discord secara sadar dan mampu mengambil tindakan atas keingintahuannya dalam penggunaan media sosial Discord. Hasil survei menunjukkan bahwa Discord mampu memenuhi motif yang dimiliki, serta mampu memenuhi kepentingan personal dan sosial anggotanya.

Penelitian mengenai efektivitas media sosial di Instagram dengan Teori *Uses and Gratifications* juga dapat diimplementasikan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian, Discord terbukti efektif dalam pemenuhan kebutuhan informasi anggota komunitas ACID, yang dapat dijadikan pertimbangan bagi

komunitas lain untuk menggunakan Discord sebagai sarana komunikasi utama.

Kegiatan komunikasi komunitas virtual dalam penelitian ini didasari oleh satu motif yang sama terkait informasi dan ketertarikan anggota komunitas ACID tentang *sim racing*. Mereka memilih Discord sebagai sarana komunikasi karena dinilai mampu memenuhi kebutuhannya sebagai sesama *gamer*. Temuan ini mampu melengkapi penelitian sebelumnya tentang keuntungan mutualisme yang didapatkan antara komunitas penggemar dan *Failbetter Games* melalui Discord, di mana anggota komunitas ACID juga merasakan keuntungan dalam bentuk kepuasan dari segi kognitif, afektif, personal, sosial, dan hiburan.

Hasil Uji Validitas

a. Variabel Motif (*Gratification Sought*)

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Motif

Item No	r hitung	r tabel 5% (n=150)	Sig.	Kriteria
1	0.499	0.159	0,000	Valid
2	0.591	0.159	0,000	Valid
3	0.594	0.159	0,000	Valid
4	0.542	0.159	0,000	Valid
5	0.589	0.159	0,000	Valid
6	0.393	0.159	0,000	Valid
7	0.531	0.159	0,000	Valid
8	0.443	0.159	0,000	Valid
9	0.570	0.159	0,000	Valid
10	0.493	0.159	0,000	Valid
11	0.553	0.159	0,000	Valid
12	0.624	0.159	0,000	Valid
13	0.576	0.159	0,000	Valid
14	0.657	0.159	0,000	Valid
15	0.599	0.159	0,000	Valid
16	0.395	0.159	0,000	Valid
17	0.567	0.159	0,000	Valid
18	0.529	0.159	0,000	Valid
19	0.474	0.159	0,000	Valid
20	0.600	0.159	0,000	Valid
21	0.415	0.159	0,000	Valid
22	0.417	0.159	0,000	Valid
23	0.578	0.159	0,000	Valid
24	0.463	0.159	0,000	Valid
25	0.522	0.159	0,000	Valid

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Dari hasil *pretest* nilai uji validitas pada tabel 1 yang diambil dari 30 sampel dengan masing-masing 25 item pernyataan, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan nilai r hitung lebih besar dari r tabel sehingga seluruh item pernyataan dapat dikatakan valid karena telah memenuhi syarat validitas. Nilai 0,159 pada r tabel didapatkan dengan menghitung derajat kebebasan (*degree of freedom*) dengan rumus $df = N - 2$

di mana N merupakan besarnya sampel sehingga $df = 150 - 2 = 148$, dengan nilai probabilitas 0,05 atau 5%. Sementara nilai signifikansi pada seluruh item pernyataan berada di bawah 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan yang digunakan telah valid.

b. Variabel Kepuasan (*Gratification Obtained*)

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan

Item No	r hitung	r tabel 5% (n=150)	Sig.	Kriteria
1	0.548	0.159	0,000	Valid
2	0.602	0.159	0,000	Valid
3	0.63	0.159	0,000	Valid
4	0.554	0.159	0,000	Valid
5	0.6	0.159	0,000	Valid
6	0.488	0.159	0,000	Valid
7	0.634	0.159	0,000	Valid
8	0.51	0.159	0,000	Valid
9	0.591	0.159	0,000	Valid
10	0.601	0.159	0,000	Valid
11	0.59	0.159	0,000	Valid
12	0.635	0.159	0,000	Valid
13	0.64	0.159	0,000	Valid
14	0.656	0.159	0,000	Valid
15	0.622	0.159	0,000	Valid
16	0.534	0.159	0,000	Valid
17	0.556	0.159	0,000	Valid
18	0.498	0.159	0,000	Valid
19	0.517	0.159	0,000	Valid
20	0.594	0.159	0,000	Valid
21	0.439	0.159	0,000	Valid
22	0.475	0.159	0,000	Valid
23	0.6	0.159	0,000	Valid
24	0.533	0.159	0,000	Valid
25	0.486	0.159	0,000	Valid

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Dari hasil *pretest* nilai uji validitas pada tabel 2 yang diambil dari 30 sampel dengan masing-masing 25 item pernyataan, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan nilai r hitung lebih besar dari r tabel sehingga seluruh item pernyataan dapat dikatakan valid karena telah memenuhi syarat validitas. Nilai 0,159 pada r tabel didapatkan dengan menghitung derajat kebebasan (*degree of freedom*) dengan rumus $df = N - 2$ di mana N merupakan besarnya sampel sehingga $df = 150 - 2 = 148$, dengan nilai probabilitas 0,05 atau 5%. Sementara nilai signifikansi pada seluruh item pernyataan berada di bawah 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan yang digunakan telah valid.

Hasil Uji Reliabilitas

a. Variabel Motif (*Gratification Sought*)

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Motif

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.888	25

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa tingkat reliabilitas yang didapatkan dengan menggunakan teknik perhitungan *Cronbach's Alpha* adalah sebesar 0,888 dari total 25 jumlah item pernyataan yang diuji. Realibilitas dari suatu variabel dapat ditentukan jika memiliki nilai koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* di atas 0,5. Dengan demikian, Variabel Motif (X) dalam Hasil Uji Reliabilitas dalam *main test* yang dilakukan pada 150 orang sampel ini dapat dikatakan reliabel karena memiliki nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,888 yang lebih besar daripada nilai yang telah ditentukan sebelumnya.

b. Variabel Kepuasan (*Gratification Obtained*)

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.908	25

Sumber: Olahan peneliti, output IBM SPSS v.26 (2021)

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa tingkat reliabilitas yang didapatkan dengan menggunakan teknik perhitungan *Cronbach's Alpha* adalah sebesar 0,908 dari total 25 jumlah item pernyataan yang diuji. Realibilitas dari suatu variabel dapat ditentukan jika memiliki nilai koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* di atas 0,5. Dengan demikian, Variabel Motif (X) dalam Hasil Uji Reliabilitas dalam *main test* yang dilakukan pada 150 orang sampel ini dapat

dikatakan reliabel karena memiliki nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,908 yang lebih besar daripada nilai yang telah ditentukan sebelumnya.

Hasil Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

	Tests of Normality					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
<i>Gratification Sought</i>	.068	150	.091	.981	150	.041
<i>Gratification Obtained</i>	.066	150	.200 [*]	.981	150	.035

^{*}. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Olahan peneliti, output IBM SPSS v.26 (2021)

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini ialah *One Sample Kolmogorov-Smirnov* di mana kedua variabel penelitian di uji secara statistik. Hasil uji signifikansi yang pada variabel *Gratification Sought* yang direpresentasikan sebagai motif memiliki nilai signifikansi sebesar 0,091, sedangkan pada variabel *Gratification Obtained* yang direpresentasikan sebagai kepuasan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,200. Kedua nilai signifikansi pada masing-masing variabel memiliki angka di atas 5% atau 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi normal.

Uji Analisis Korelasi Pearson

Tabel 7. Hasil Uji Korelasi Pearson

	Correlations	<i>Gratification Sought</i>	<i>Gratification Obtained</i>
		<i>Gratification Sought</i>	Pearson Correlation
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	150	150
<i>Gratification Obtained</i>	Pearson Correlation	.881**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	150	150

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Olahan peneliti, output IBM SPSS v.26 (2021)

Tabel 7 menunjukkan hasil analisis Korelasi Pearson di mana hasil korelasi

antarvariabel dapat bervariasi antara +1 hingga -1 di mana +1 menandakan adanya korelasi positif sempurna, sementara -1 menandakan adanya korelasi negatif sempurna, dan 0 berarti menandakan bahwa tidak ada korelasi linier yang ditemukan antarvariabel. Hasil uji analisis Korelasi Pearson antarvariabel GS dan GO pada penelitian ini berada pada angka 0,881 yang menunjukkan adanya korelasi positif sempurna, serta *2-tailed significance value* yang menunjukkan angka <0,000 yang menunjukkan korelasi yang sangat signifikan karena memiliki nilai di bawah 0,05.

Perbandingan Mean GS dan GO

Tabel 8. Hasil Kalkulasi Mean GS dan GO

	N	Descriptive Statistics			
		Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GS	150	64	100	83.23	8.515
GO	150	60	100	84.40	8.661
Valid N (listwise)	150				

Sumber: Olahan peneliti, output IBM SPSS v.26 (2021)

Tabel 8 menunjukkan nilai mean masing-masing variabel di mana GS memperoleh nilai mean 83,23 dan GO memperoleh nilai 84,40 dari total 150 sampel pada setiap variabel. Berdasarkan data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa mean GO yang direpresentasikan sebagai kepuasan lebih besar dibandingkan mean GS yang direpresentasikan sebagai motif, yang berarti bahwa terdapat kesenjangan antara motif dan kepuasan karena $GS < GO$ di mana berdasarkan hasil penelitian anggota komunitas ACID memperoleh kepuasan pemenuhan kebutuhan informasi melalui media sosial Discord.

SIMPULAN

Kebutuhan akan informasi secara spesifik di tengah terpaan informasi yang sangat tinggi menjadikan manusia semakin sulit mencari dan membedakan informasi sesuai dengan apa yang dibutuhkannya. Melalui penelitian ini, dapat disimpulkan

bahwa terdapat kepuasan yang dirasakan oleh anggota komunitas ACID dalam pemenuhan kebutuhan informasi terkait *sim racing* melalui media sosial Discord dengan tingkat kepuasan yang diperoleh sebesar 82% yang dikategorikan sebagai tingkat kepuasan sedang. Discord dinilai efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi anggota komunitas ACID.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan korelasi yang sangat signifikan antara motif yang dimiliki dan kepuasan yang dirasakan dilihat dari Hasil Uji Korelasi Pearson yang memiliki nilai di bawah 0,05. Terdapat pula kesenjangan di mana kepuasan yang diperoleh anggota komunitas ACID lebih banyak dibandingkan kebutuhan informasi yang diinginkan. Hal tersebut dapat dilihat melalui perbandingan antara mean *Gratification Sought* sebesar 83,23 dan mean *Gratification Obtained* sebesar 84,80 yang menunjukkan bahwa informasi yang diberikan oleh ACID kepada anggota komunitasnya melebihi harapan-harapan atau motif-motif yang dimiliki oleh anggota komunitas. Dengan kata lain, Discord dianggap mampu memuaskan anggota komunitas ACID dan tergolong ke dalam proses komunikasi yang efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Baguley, J. (2019). *Gates and channels: An ANT-oriented approach to understanding fan community behaviour and identity on a Discord chat server*. 99.
- Belous, D. (2020). *The success of online racing: F1 Esports Virtual Grand Prix*. Esport Charts. <https://escharts.com/blog/racing-goes-online-f1-esports-virtual-grand-prix>
- Bungin, B. (2014). *Metodologi penelitian kuantitatif: komunikasi, ekonomi, dan kebijakan publik serta ilmu-ilmu sosial lainnya* (2nd ed.). Kencana Prenada Media Group.

- Durkheim, E. (1982). *The Rules of Sociological Method* (S. Lukes (ed.)). Macmillan Education UK. <https://doi.org/10.1007/978-1-349-16939-9>
- Durkheim, E. (1933). *The Division of Labour in Society*, translated by George Simpson. *The Free Press*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (VIII)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro (8th ed., Vol. 14, Issue July). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryadi, S., & Julianita, W. (2011). SPSS vs LISREL sebuah pengantar Aplikasi untuk Riset. In *Salemba Empat, Jakarta., Jakarta Indonesia* (Vol. 3). Salemba Empat.
- Helen, H., & Rusdi, F. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jkinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Prologia*, 2(2), 355. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3712>
- Humaizi, M. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. USU Press.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenadamedia.
- Nasrullah, R. (2018). *Komunikasi Antar Budaya: Di Era Budaya Siber*. Prenada Media.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenadamedia.
- Nurhadi, Z. F. (2017). *Teori Komunikasi Kontemporer*. Prenadamedia.
- Prasetyo, B. (2006). *Metode penelitian kuantitatif teori dan aplikasi*. Pustaka Pelajar.
- Putri, A. E. (2020). Pengaruh Konten Akun Instagram @Jkinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lalu Lintas Followers [Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta]. In *Ikon* (Vol. 24, Issue 2). <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKON/article/view/1230>
- Ramdhani, B. A., Prijana, P., & Rodiah, S. (2017). Hubungan Perilaku Pencarian Informasi dengan Penggunaan Line Dakwah Islam. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 10(2), 227–242. <https://doi.org/10.29313/mediator.v10i2.2738>
- Rumata, V. M. (2017). Komunikasi Keluarga Kota dan Desa di Era Teknologi Komunikasi (The Urban and Rural Family Communication in The Communication Technology Era). *Jurnal Pekommas*, 2(1), 45.
- Sitompul, P., & Dirgahayu, D. (2014). Community Satisfaction of Sundanese Language Press. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 17(1).
- Sugiyono. (2009). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukarni, N. F. (2018). Motivasi Traveller Mengakses Instagram @ayokelilingindonesia. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(1), 100–112.
- Thurlow, C., Lengel, L., & Tomic, A. (2004). *Computer mediated communication*. Sage.
- Wenger, E., McDermott, R. A., & Synder, W. (2002). *Cultivating communities of practice: A guide to managing knowledge*. Harvard Business Pres.
- Yusuf, P. M., & Subekti, P. (2010). *Teori dan Praktik Penelusuran Informasi: Information Retrieval*. Kencana.