

Peranan Akun Instagram @nshmountaingold Sebagai Media Informasi Club Basket NSH Mountain Gold

The Role of the @nshmountaingold Instagram Account as Information Media for the NSH Mountain Gold Basketball Club

Fauziah¹

Randi Marcellino Mantiri²

Muhammad Junaid Kamaruddin³

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

³Program Studi Bisnis Digital Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta
Jalan Sunter Permai Raya, Sunter Agung Podomoro Jakarta Utara, 14350

¹fauziah.yanis72@gmail.com, ²r.mantiri75@gmail.com,

³muhammadjunaid.kamaruddin@gmail.com³

Dikirim: 27 Maret 2024, Direvisi: 21 Juni 2024, Diterima: 21 Juni 2024, Terbit: 30 Juni 2024. Sitasi: Fauziah, dkk. (2024).
Peranan Akun Instagram @nshmountaingold Sebagai Media Informasi Club Basket NSH Mountain Gold. *Promedia: Public Relation dan Media Komunikasi*, 10(1), 1-17.

Abstract

Social media is another form of communication which aim to promulgate informations and to communicate with many people. Social media can be used to help it users to provide informations and make better interaction with other users. Instagram is one of the example of social media platform that is rapidly grow among other platforms and currently Instagram has a high level of popularity. In the world of sports, social media is mostly used as media to give informations. This research aims to find out the role of the Instagram account of NSH Mountain Gold basketball club as a media for basketball club information. This research uses qualitative method and also use an interactive analysis model, which follows the process of data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions. Based on research that has been carried out using the uses and gratification theory by researchers regarding "The Role of the @nshmountaingold Instagram Account as Information Media for the NSH Mountain Gold Basketball Club" the researcher can

come to the conclusion that the role of @nshmountaingold Instagram account is as a media to share information of NSH Moutain Gold Basketball Club and can fulfill cognitive, affective, personal integration and social integration needs. In other hand, the need to release tension is not a need for followers of the Instagram account @nshmountaingold.

Keywords: Role, Instagram, Media Information

Abstraksi

Media sosial merupakan salah satu bentuk lain dari komunikasi yang bertujuan untuk menyebar luaskan informasi serta berkomunikasi dengan orang banyak. Kegunaan media sosial ini dapat digunakan untuk membantu penggunaannya dalam memberikan berbagai informasi dan berinteraksi lebih baik lagi dengan pengguna lainnya. Instagram merupakan salah satu contoh platform media sosial yang tumbuh pesat diantara platform lainnya dan saat ini Instagram memiliki tingkat popularitas yang tinggi. Dalam dunia olahraga, media sosial paling sering digunakan sebagai media untuk memberikan informasi terkini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan akun Instagram dari club basket NSH Mountain Gold sebagai media informasi club basket. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian ini juga menggunakan model analisis interaktif, yang setelah proses pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menggunakan teori uses and gratification oleh peneliti mengenai “Peranan Akun Instagram @nshmountaingold Sebagai Media Informasi Club Basket NSH Mountain Gold” sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa peranan akun Instagram @nshmountaingold adalah sebagai media informasi club basket NSH Moutain Gold dan dapat memenuhi kebutuhan kognitif, afektif, integrasi personal dan integrasi sosial. Sedangkan kebutuhan pelepasan ketegangan bukan menjadi kebutuhan dari para pengikut akun Instagram @nshmountaingold.

Kata Kunci: Peranan, Instagram, Media Informasi.

I. PENDAHULUAN

Era digital membuat komunikasi memasuki babak baru. Teknologi baru yang semakin maju, internet semakin mudah diakses, perangkat lunak semakin banyak serta media sosial untuk berkomunikasi semakin beragam. Setiap orang dengan akses internet, baik komputer, laptop, smarphone, ataupun perangkat sejenisnya bisa dengan mudah menggunakannya dianggap *new ware technology*, merupakan sebuah teknologi yang menghubungkan antar individu serta grup. Komunikasi ialah kegiatan yang dilakukan dan tidak terpisahkan asal keseharian manusia pada aneka macam bidang. Termasuk pada aktivitas politik, ekonomi, budaya, serta sosial yang pada mana komunikasi memainkan peranan yang krusial. (Anggraini et al., 2023)

Instagram menjadi salah satu media sosial yang ketika ini menjadi sebuah gaya hidup baru ditengah-tengah warga khususnya dikalangan anak muda yang menggunakan sosial media dikehidupan sehari-harinya. Instagram merupakan sebuah software membuat foto yang memungkinkan pengguna merogoh foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya. Instagram adalah sebuah software berbasis Android yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke banyak sekali layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Penggunaannya yang mudah membentuk perangkat lunak ini diminati berbagai kalangan. Kebanyakan orang-orang menggunakan Instagram sebab mereka ingin tahu aktivitas orang lain, hanya sekedar mendokumentasikan kehidupan mereka saja, ada juga yang menggunakan buat tampak keren, dan yang terakhir, orang menggunakan Instagram sebab mereka tertarik dengan pengguna lain yang mempunyai kreativitas tinggi dalam mempublikasikan isu (Kartini et al., 2022)

Di Indonesia sendiri hampir seluruh pelaku bisnis yang menggunakan media sosial instagram untuk memenuhi kebutuhan dan menyelesaikan kepentingan bisnis mereka sehingga karena hal inilah Indonesia menempati lima besar sebuah dari beberapa Negara yang penduduknya secara garis besar menggunakan dan

menikmati kemanfaatan instagram sebagai sarana untuk berbisnis dengan menggunakan akun instagram mereka sendiri. (Istiqomah & Daroini, 2022)

Media sosial merupakan salah satu dari perkembangan internet. Memiliki kamera berkualitas tinggi pada smartphone membuat banyak orang mempunyai aktivitas baru yang menyenangkan, orang akan mudahnya mengambil gambar dimanapun dan kapanpun, setelah itu diupload ke media sosial. Jenis media sosial yang biasa digunakan antara lain facebook, twitter, path dan instagram. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. (Prihatiningsih, 2017) Instagram sebagai media sosial berbagi foto memiliki dasar-dasar dalam penggunaannya (Machruf, Bagus & Wibowo, 2018)

Kompetisi bola basket yang ada di Indonesia, mencerminkan perkembangan bola basket di Indonesia semakin pesat. Salah satu indikator perkembangan ini juga dapat ditinjau melalui perkembangan media, termasuk sosial media. Banyaknya konten sosial media tentang sebuah olahraga dapat menjadi indikator bagaimana sosialisasi sebuah olahraga berjalan. misalnya saat pergelaran PON Papua yang diselenggarakan pada tanggal 2 – 15 Oktober 2021. Relatif banyak konten sosial media yang isinya perihal olahraga bola basket, entah itu postingan yg memberikan kebersamaan pemain dengan timnya maupun yang akan terjadi pertandingan tim yang sedang bertanding. Dengan memanfaatkan akun – akun sosial media yang konten postingannya tentang olahraga bola basket, maka warga akan lebih mudah buat mengetahui bagaimana perkembangan olahraga bola basket yang ada di Indonesia dan akan semakin mudah untuk mencari berita mengenai olahraga tadi. (Agestin et al., 2022)

Dengan semakin banyaknya klub-klub basket yang aktif dalam PERBASI (Persatuan Bola Basket Seluruh Indonesia) di kota Palangka Raya, maka semakin banyak pula informasi yang perlu dikelola mengenai klub-klub basket tersebut. Informasi yang perlu dikelola yaitu jadwal pertandingan basket yang akan diadakan, data pemain, data klub, dan data statistik pemain (Karolita et al., 2014)

Terdapat fenomena besar yang mempengaruhi olahraga basket di Indonesia yaitu dengan terjunnya beberapa artis tanah air dalam mengikuti ajang pertandingan olahraga salah satunya adalah *Indonesian Basketball League*. Tiga *high light* aktor yang ikut dalam meramaikan olahraga basket di tanah air adalah Raffi Ahmad, Gading Marten, dan Baim Wong. Namun, dari ketiga aktor tersebut yang membuat tim baru untuk ikut bertanding adalah Raffi Ahmad dengan nama klub basket RANS PIK Basketball. Sedangkan kedua aktor yang lain seperti Baim Wong menjadi salah satu pemegang klub basket yang telah dan selalu ada di liga IBL yaitu SM Pertamina dan Gading Marten memegang klub basket West Bandits Combiphar Solo (Armand et al., 2022).

Macam-macam media informasi membuat pilihan untuk mengakses media apapun seputar informasi tim-tim basket nasional yang berlaga di liga basket Indonesia, termasuk akun instagram *@nshmountaingold*. Maka dari itu para netizen mengaksesnya lewat akun Instagram *@nshmountaingold* karena di akun ini informasi dikhususkan untuk tim basket yang berasal dari Timika-Papua. Selain itu informasi dan konten yang diberikan bukan hanya sekedar seputar pertandingan tetap banyak konten-konten yang dapat memenuhi kebutuhan dari para pengikut Instagram NSH Mountain Gold Timika. Hal ini terlihat dari dua indikator besar yaitu *product related brand attributes* dan *non-product related brand attributes* yang sama-sama mendapatkan penilaian baik secara keseluruhan. (Widjaya, 2019). Sementara produksi konten Instagram DBL Indonesia dalam membangun citra, mulai dari tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan, dapat dikatakan sukses dilihat dari banyaknya jumlah likes dan viewers, dan pengikut instagram *@Dbbsub* saat ini menyentuh angka 107.000. (Ramadhan, 2023)

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi, informasi dan dokumentasi dapat dimanfaatkan dengan baik yang bertujuan untuk memberikan informasi dan sebagai komunikasi dan juga dokumentasi untuk pertemuan Taklim Annursejahtera tentang pendidikan (Faidah et al., 2023). Informasi pada akun ini juga memiliki konten informasi yang banyak memberikan

informasi yang beragam seputar tim basket yang berasal dari Timika tersebut dari pada endorse produk, tidak seperti akun Instagram lainnya. Hal ini menarik peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut, karena dari postingan @nshmountaingold di Instagram lebih mengutamakan informasi daripada endorse produk. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Peranan Akun Instagram NSH Mountain Gold Timika Sebagai Media Informasi Club Basket NSH Mountain Gold”.

Penelitian terdahulu terkait penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian berjudul “Analisis deskriptif tentang cabang olahraga basket dengan hashtag (#Ponxxpapua) pada akun instagram PERBASI” yang dilakukan oleh Agestin pada tahun 2022 Bola basket menjadi olahraga yang cukup diminati oleh banyak orang, terlebih lagi dengan adanya media sosial orang – orang akan semakin mudah untuk mengikuti perkembangan yang berkaitan dengan olahraga bola basket. Studi ini menganalisis 22 konten sosial media milik akun instagram perbasi.ina dengan hashtag (#ponxxpapua) pada pergelaran PON Papua. Tujuan penelitian untuk melihat gambaran konten sosial media instagram yang diposting oleh PERBASI (Persatuan Basket Indonesia) dalam memperlihatkan perkembangan bola basket yang ada di Indonesia, khususnya dalam kompetisi pergelaran PON Papua. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi analisis statistik deskriptif terhadap 22 data yang telah dikumpulkan. Hasil analisis menunjukkan 4 kelompok besar tema konten sosial media yang diporeleh, diantaranya: 1) hasil pertandingan; 2) performa pemain; 3) apresiasi performa tim, dan 4) statistik data pemain. Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa setiap konten sosial media yang diposting pada akun instagram perbasi.ina dengan hashtag (#ponxxpapua) memiliki cakupan informasi yang cukup signifikan dalam memberikan informasi perkembangan bola basket di Indonesia kepada masyarakat. Keunggulan, kelemahan dan implikasi penelitian mendatang serta sumbangan penelittian terhadap perkembangan bola basket di Indonesia kepada Masyarakat. (Agestin et al., 2022)

Selanjutnya penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif ini dengan judul: Manajemen Produksi Konten Instagram @Dbbsub Saat Event KFC DBL East Java Series 2022 Oleh PT. DBL Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengenai manajemen produksi konten instagram @dbbsub pada event KFC DBL East Java Series 2022 oleh PT. DBL Indonesia dalam membangun citra sportainment.. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode kualitatif deskriptif. Dalam penelitian Manajemen Produksi Konten Instagram @Dbbsub Saat Event KFC DBL East Java Series 2022 Oleh PT. DBL Indonesia memperoleh hasil penelitian diantaranya: Manajemen produksi konten instagram @dbbsub melalui 4 tahapan yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. Tim produksi mempersiapkan semua aspek konten yang sesuai dengan citra sportainment. Pada pelaksanaannya, terdapat beberapa output dalam bentuk video reels yang memiliki engagement tinggi. Untuk menjadi lebih menarik, tim produksi melakukan pengawasan dengan cara memantau dan berinteraksi langsung dengan penonton instagramnya. Dengan manajemen produksi yang baik, saat ini pengikut instagram @Dbbsub mencapai angka 107.000.(Ramadhan & Dharmawan, 2023)

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disebutkan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

Untuk mengetahui Peranan Akun Instagram @nshmountaingold Sebagai Media Informasi Club Basket NSH Mountain Gold

II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif karena penulis ingin memahami secara mendalam sisi peranan akun Instagram @nshmountaingold sebagai media informasi club basket NSH Mountain Gold. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh) (Moleong, 2018)

B. Pengumpulan Data

Data diperoleh dengan beberapa metode yaitu Observasi dimana peneliti mengamati secara langsung terhadap akun

Instagram @nshmountaingold sebagai media informasi club basket NSH Mountain Gold. Wawancara menggunakan model wawancara semi terstruktur. Wawancara dilakukan dengan key informan yaitu *admin* dari akun Instagram @nshmountaingold dan 3 informan dari *followers* akun Instagram @nshmountaingold dan Dokumentasi berupa foto atau tangkapan layar dari sosial media Instagram @nshmountaingold dan juga dokumentasi saat pelaksanaan wawancara dilakukan dengan *admin* dan *follower*. Metode ini digunakan untuk mendukung hasil wawancara dan observasi terhadap data yang diperoleh dari penelitian lapangan yang telah dilakukan.

III. PEMBAHASAN

Akun Instagram @nshmountaingold dibuat dari tahun 2016 hingga saat penelitian ini dilakukan, diketahui banyak postingan yang telah dibagikan hingga saat ini sebanyak 2.075 postingan dan konten serta pengikut dari akun @nshmountaingold sebanyak 39.400 akun Instagram.

Gambar 1. Profile Instagram NSH



Ada berapa jenis postingan dari club basket NSH Mountain Gold Timika pada akun Instagram @nshmountaingold dari tahun 2021 sejak mereka bergabung sampai dengan 2023 dapat terbagi 3 yaitu informasi mengenai pertandingan club basket NSH Mountain Gold Timika, postingan mengenai aktifitas club basket NSH Mountain Gold Timika, dan postingan yang diluar dari kegiatan club basket NSH Mountain Gold. Jumlah postingan dari tahun 2021-2023 sebanyak 1.090 postingan yang dapat dilihat secara detail melalui gambar dibawah berikut ini

Tabel1. Jumlah Postingan Akun Instagram NSH

Akun Instagram @nshmountaingold 2021-2023		
Postingan Pertandingan Club NSH Mountain Gold	Postingan Aktifitas Club NSH Mountain Gold	Postingan Diluar Aktifitas Club NSH Mountain Gold
437	371	282

Media berusaha memenuhi motif atau kebutuhan khalayak tersebut dan jika ada media yang dapat memenuhi motif atau kebutuhan khalayak maka dapat dikatakan sebagai media yang efektif.(Kriyantono, 2020) Peranan akun Instagram @nshmountaingold dalam memberikan informasi dalam kajian ilmu komunikasi konsepnya termasuk dalam proses komunikasi secara sekunder. Karena club basket NSH Mountain Gold menggunakan bantuan media dalam memberikan informasi seputar kegiatan dan aktifitas club basket tersebut kepada *followers* (Effendy, 2015).

Komunikasi digital artinya proses komunikasi yang dapat berlangsung menggunakan adanya perangkat elektronik dan jaringan internet sebagai media buat menghubungkan antara komunikator dan komunikan, yang mengacu pada membaca, menulis, berbagi video kamera dan komunikasi melalui jaringan internet dan perangkat elektronik (Mutiah, 2016).

Peranan akun Instagram @nshmountaingold sebagai media informasi club basket NSH Mountain Gold, ini termasuk dalam komunikasi digital karena memanfaatkan teknologi digital yaitu media sosial dalam menyampaikan pesan atau informasi seperti foto dan video kegiatan pertandingan atau aktifitas dari para pemain club basket NSH Mountain Gold kepada penerima pesan yaitu para *followers* akun Instagram @nshmountaingold melalui media sosial Instagram. “Media sosial adalah platform media yang fokus dengan eksistensi pengguna dan memberikan fasilitas untuk beraktivitas dan berkolaborasi. Oleh sebab itu, media sosial berlaku sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus membuat ikatan sosial” (Setiadi, 2022)

Penggunaan media sosial Instagram juga efektif dalam membantu mengirim pesan kepada penerima pesan karena Instagram sendiri dalam menyebarkan informasi dapat secara *realtime* sehingga informasi yang didapatkan sekarang bisa langsung di olah dan di sebarakan secara cepat tanpa adanya halangan ruang dan waktu

Media informasi diartikan dalam banyak hal. Beberapa mengartikannya sebagai visualisasi dari data dan komunikasi pesan dalam bentuk apapun untuk menyampaikan pesan dan makna kepada masyarakat. Media informasi juga berguna dalam penyebaran pesan yang ingin disampaikan si pengguna kepada penerima dengan baik (Coates & Ellison, 2014).

Jenis media informasi yang digunakan club basket NSH Mountain Gold dalam memberikan informasi yaitu media informasi interaktif. *Admin* akun Instagram @nshmountaingold berperan aktif dalam membuat dan memberikan pilihan informasi kepada para *followers* seputar informasi club basket NSH Mountain Gold yang dikemas secara muda dan jelas agar informasi yang diberikan kepada *followers* dapat menerima pesan atau informasi yang dimaksud.

Dalam penelitian ini akun Instagram @nshmountaingold dijadikan sebagai media informasi dengan menggunakan Instagram sebagai wadah untuk mengolah informasi atau pesan yang didapat dari fakta dilapangan menjadi bentuk yang menarik yang dibagikan kepada para penerima atau para *followers* akun Instagram @nshmountaingold.

Teori yang dikemukakan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz berpendapat bahwa pengguna media memiliki kedudukan dan peran aktif dalam memilah dan menggunakan media, pengguna media menjadi pihak yang aktif dalam proses komunikasi (Littlejohn et al., 2017).

Terdapat lima tipe kebutuhan yang dipuaskan oleh media menurut Katz, Gurevitch & Hanz yaitu; 1) kebutuhan kognitif untuk memperoleh informasi, pengetahuan, dan pemahaman, 2) kebutuhan afektif seperti pengalaman emosional, menyenangkan, atau estetis, 3) kebutuhan integrasi personal seperti meningkatkan kredibilitas, percaya diri dan status, 3) kebutuhan integrasi sosial meningkatkan hubungan dengan keluarga, teman dan lainnya, 4)

kebutuhan pelepasan ketegangan untuk menjadi pelarian dan pengalihan.

Kebutuhan kognitif (*cognitive needs*) dilakukan untuk memperoleh informasi pengetahuan, dan pemahaman mengenai sesuatu. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran dan dorongan untuk penyelidikan.

Berdasarkan hasil wawancara dapat menunjukkan adalah awal mereka tertarik untuk mengikuti akun @nshmountaingold dan alasan mereka agar dapat memenuhi dan memperoleh kebutuhan kognitif dalam mencari informasi seputar kegiatan club basket NSH Mountain Gold di akun Instagram @nshmountaingold.

Kebutuhan afektif (*affective needs*) adalah kebutuhan karena pengalaman emosional, menyenangkan, atau estetik. Kebutuhan afektif berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetik, menyenangkan dan emosional. Hal ini berkaitan dengan pengalaman dan kepuasan yang dirasakan khalayak ketika menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya.

Dalam hasil wawancara penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @nshmountaingold dapat memberikan konten-konten yang menyenangkan dan mempunyai pengalaman emosional sejalan dengan maksud kebutuhan afektif pada poin ini sepenuhnya memenuhi kebutuhan emosional dari beberapa konten dan postingan seperti emosional senang, bangga *excited* dan termotivasi.

Kebutuhan integrasi personal (*personal integrative needs*) yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan meningkatkan kredibilitas, kepercayaan diri, stabilitas, dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri untuk memenuhi kebutuhan khalayak dalam meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa peranan akun Instagram @nshmountaingold dalam memberikan informasi dan konten yang dapat memenuhi kebutuhan para pengikut menjadi percaya diri seperti kebutuhan dalam integritas personal yang meningkatkan kredibilitas dan

rasa percaya diri, karena informasi kegiatan seputar club basket NSH Mountain Gold ketika setelah mendapatkan kemenangan dan mencetak sejarah akun @nshmountaingold mendapatkan *feedback* yang baik dari para *follower* berupa *like* dan komentar dari para pengikut dan pengguna akun Instagram dan membuat beberapa pengikut menjadi percaya diri.

Kebutuhan integrasi sosial bertujuan untuk meningkatkan hubungan dengan keluarga, teman dan lainnya. Hal ini didasarkan pada hasrat untuk menjalankan fungsi dan peran sosial dalam meningkatkan interaksi dengan orang lain.

Dari hasil penelitian dan observasi dapat disimpulkan bahwa akun @nshmountaingold sebagai media informasi club basket NSH Mountain Gold dapat memberikan kebutuhan integrasi sosial bagi para *followers* sebagai kebutuhan untuk meningkatkan hubungan dengan keluarga, teman dan lainnya.

Kebutuhan pelepasan ketegangan (*Escapist Needs*) dibutuhkan orang ketika ingin melakukan pelarian dan pengalihan yang berkaitan dengan emosi, ketegangan dan kebutuhan akan hiburan. Pengalihan diartikan sebagai kategori kepuasan yang berasal dari penggunaan media, melibatkan pelarian diri dari rutinitas dan permasalahan. (Richard West dan Lynn H. Turner.)

Peneliti menyimpulkan dari hasil penelitian dan observasi secara keseluruhan bersama *admin* dan *followers*, bahwa penggunaan akun Instagram @nshmountaingold sebagai media informasi club basket NSH Mountain Gold dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh para *followers*nya untuk mengetahui segala bentuk informasi kegiatan keseharian, kegiatan latihan, jadwal pertandingan, status perpindahan pemain dan semua yang mencakup informasi club basket NSH Mountain Gold, dapat disajikan pada akun Instagram @nshmountaingold.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, peranan akun @nshmountaingold sebagai media informasi club basket NSH Mountain Gold adalah sebagai media informasi kegiatan club basket NSH Mountain Gold Jakarta yang dikemas lewat postingan foto dan video dalam menyampaikan pesan

kepada para penerima pesan menggunakan internet dan media sosial. Pada isi postingan tersebut di desain secara mudah dan jelas agar penerima pesan dapat mengerti dan memahami maksud informasi yang diberikan.

Hasil observasi dan wawancara bahwa media sosial Instagram menjadi media yang efektif dalam membantu memberikan dan menyebarkan informasi dengan cepat yang dapat melewati ruang dan waktu, sehingga para penerima pesan dapat menerima informasi yang terbaru secara *real time*.

Selain itu peranan akun @nshmountaingold jika dilihat dari sisi para pengguna dapat memenuhi lima elemen tipe kebutuhan yang dipuaskan oleh media menurut Katz, dkk dalam teori *Uses and gratification* adalah sebagai berikut.

1. Kebutuhan kognitif (*cognitive needs*)

Dari hasil penelitian dan pembahasan di atas, peneliti menyimpulkan beberapa *followers* mereka tertarik untuk mengikuti akun @nshmountaingold agar dapat memenuhi dan memperoleh kebutuhan kognitif dalam mencari informasi seputar kegiatan club basket NSH Mountain Gold di akun Instagram @nshmountaingold seperti jadwal pertandingan, kegiatan para pemain, *score* pertandingan dan segala aktifitas dan berita mengenai club basket NSH Mountain Gold Timika.

2. Kebutuhan Afektif (*affective needs*)

Hal ini menunjukkan bahwa akun Instagram @nshmountaingold dapat memberikan konten-konten yang menyenangkan dan mempunyai pengalaman emosional sejalan dengan maksud kebutuhan afektif pada poin ini sepenuhnya memenuhi kebutuhan emosional dari beberapa konten dan postingan seperti emosional senang, bangga *excited* dan termotivasi.

3. Kebutuhan integrasi personal (*personal integrative needs*)

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa peranan akun Instagram @nshmountaingold dalam memberikan informasi dan konten yang dapat memenuhi kebutuhan para pengikut menjadi percaya diri seperti kebutuhan dalam integritas personal yang meningkatkan kredibilitas dan rasa percaya diri, karena informasi kegiatan

seputar club basket NSH Mountain Gold ketika setelah mendapatkan kemenangan dan mencetak sejarah akun @nshmountaingold mendapatkan *feedback* yang baik dari para *follower* berupa *like* dan komentar dari para pengikut dan pengguna akun Instagram dan membuat beberapa pengikut menjadi percaya diri.

4. Kebutuhan sosial integratif (*Social Integrative needs*)

Dari hasil penelitian dan observasi dapat disimpulkan bahwa akun @nshmountaingold sebagai media informasi club basket NSH Mountain Gold dapat memenuhi kebutuhan integrasi sosial bagi para *followers* sebagai kebutuhan untuk meningkatkan hubungan dengan keluarga, teman dan lainnya lewat berbagai konten dan postingan dalam akun @nshmountaingold yang menjadi sumber informasi kegiatan dan aktifitas dari club basket NSH Mountain Gold Timika..

5. Kebutuhan pelepasan ketegangan (*escapist needs*)

Hasil penelitian wawancara dan observasi tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa akun @nshmountaingold bukan tempat untuk menjadi kebutuhan pelepasan, pelarian atau pengalihan dari para *followers* dalam mengikuti akun @nshmountaingold tapi sebagai media untuk mendapatkan informasi dan menambah relasi dengan para pengikut dan penggemar dari club basket NSH Mountain Gold Timika.

Dalam penelitian ini juga dapat kita ketahui bahwa media Instagram dapat memberikan kontribusi terhadap tim basket Mountain Gold bahwa @nshmountaingold dijadikan sebagai sarana dokumentasi dan informasi kegiatan Tim Basket Mountain gold. Akun Instagram mampu Menjangkau khalayak luas dan terkenal dengan perjuangan tim basket NSH Mountain Gold. Bentuk akun Instagram @nshmountaingold sebagai media tukar menukar informasi, Menjalin silaturahmi, promosi dan dokumentasi. Dampak adanya akun Instagram @nshmountaingold adalah informasi mengenai kegiatan Tim basket Mountain Gold dapat terjalin dengan baik dan menjadikan Instagram sebagai media yang efektif dalam memberikan informasi yang cepat dan tepat.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti mengajukan saran yang dapat dipertimbangkan dimasa yang akan datang sebagai berikut Saran Mempertimbangkan atau mencari referensi lain pada akun-akun instagram yang menginformasikan mengenai tim olahraga untuk mempertimbangkannya.

- 1) Jika dirasa belum cukup dapat informasi, bisa mencari informasi di media lainnya
- 2) Meneliti akun instagram olahraga lainnya dilihat dari segi penyampaian informasi ataupun konten yang disajikan
- 3) Menggunakan metode atau model penelitian yang berbeda guna penelitiannya lebih dalam lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agestin, H. D., Oktaviano, G. R., Wulan, D. R., Didanta, H. M., Asy-Syamil, I. M., & Rahayuni, K. (2022). Analisis deskriptif tentang cabang olahraga basket dengan hashtag (#Ponxxpapua) pada akun instagram PERBASI. *Jurnal Olahraga Pendidikan Indonesia (JOPI)*, 2(1), 49–62. <https://doi.org/10.54284/jopi.v2i1.107>
- Anggraini, K., Sewaka, S., & Rahmayanti, R. (2023). Media Komunikasi Instagram @Kopijanjiwiwa Dalam Mempertahankan Brand Image. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 10(1). <https://doi.org/10.32493/skr.v10i1.28427>
- Armand, G. C., Luik, J. E., & Budiana, D. (2022). Konten Brand Attribute dalam Instagram RANS PIK Basketball. *Jurnal E-Komunikasi*, 10(2), 1–10.
- Effendy, Onong Uchjana (2015), *Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Aditia Bakti
- Kartini, Syahrina, J., Siregar, N., & Harahap, N. (2022). Penelitian Tentang Instagram. *Maktabatun*, 20–26.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of Human Communication*. Waveland Press.
- Mutiah (2016). Transformasi Komunikasi Interpersonal Di Era Digital Sebagai Bentuk Perilaku Kekinian Pengguna Medsos.
- Istiqomah, N. A., & Daroini, M. (2022). Motif Penggunaan

- Instagram @Barika Boutique Sebagai Media Promosi. *Proceeding of The 2nd Conference on Strengthening Islamic Studies in the Digital Era*.
- Karolita, D., Christina, S., & Rimi, D. A. (2014). Sistem Pengelolaan Klub Basket Di Palangka Raya Berbasis Web 2.0. *Jurnal Teknologi Informasi*, 8(2), 1–77.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Prenadamedia Group.
- Machruf, Bagus, H., & Wibowo, E. (2018). Peran Media Sosial Instagram Dalam Menarik Minat berkunjung mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman di Wisata Ladang Budaya Tenggarong. *E-Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 27–41.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication*, 8(1). <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>
- Ramadhan, A. R., & Dharmawan, A. (2023). Manajemen Produksi Konten Instagram @Dbbsub Saat Event Kfc Dbl East Java Series 2022 Oleh Pt. Dbl Indonesia Dalam Membangun Citra Sportainment. *The Commersium*, 7(3), 34–47.
- Widjaja, V. T. (2019). *Pengaruh perubahan brand attributes CLS Knights Indonesia terhadap citra klub CLS Knights Indonesia pada followers akun fans basket “Knights Society” di instagram*. Widya Mandala Catholic University Surabaya