

Pengaruh Penggunaan Deskripsi Singkat Berbahasa Inggris Pada Akun Instagram @Folkative Terhadap Efektivitas Penyampaian Informasi

Nickie Renail Asmara¹, Lusia Handayani²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta
Jl.RS. Fatmawati Raya, Pondok Labu, Cilandak, Jakarta Selatan
e-mail: ¹nickiera@upnvj.ac.id, ²lusiahandayani@upnvj.ac.id

ABSTRAK

Penggunaan deskripsi singkat berbahasa Inggris ini tentunya dapat menimbulkan kesalahpahaman atau miskomunikasi terhadap informasi yang diberikan karena terdapat faktor pembaca yang kurang menguasai bahasa Inggris dan merasa terlalu rumit jika harus menerjemahkannya terlebih dahulu. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penggunaan deskripsi singkat berbahasa Inggris dapat mempengaruhi efektivitas penyampaian informasi dalam akun Instagram @folkative. Penelitian menggunakan teori message design logic, dengan metode kuantitatif pendekatan survei, dan jenis penelitian eksplanatif. Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data Statistik inferensial yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variabel. Pada penelitian ini juga dilakukan uji validitas dan reliabilitas yang disebar kepada 30 responden di luar sampel penelitian. Jika semua pernyataan valid dan reliabel maka dapat disebar kepada sampel yaitu 100 responden. Penelitian ini menggunakan followers akun Instagram @folkative sebagai populasi dan menggunakan teknik sampling accidental sampling, dengan jumlah sampel 100 responden. Hasil perhitungan uji hipotesis menyatakan $t_{hitung} 16.014 > t_{tabel} 1.948$ yang mengartikan H_a diterima, dapat disimpulkan antara variabel X dan variabel Y memiliki pengaruh yang besar dan signifikan. Hasil uji koefisien determinasi diperoleh tingkat pengaruh antar variabel senilai 72,4%, maka Penggunaan Deskripsi Singkat Berbahasa Inggris pada akun Instagram @folkative memiliki pengaruh yang besar dan signifikan terhadap Efektivitas Penyampaian Informasi, lalu angka koefisien regresi menyatakan nilai 0.767 (positif).

Keyword: Bahasa Inggris, Deskripsi Singkat, Efektivitas, Folkative, Informasi

ABSTRACT

The use of short descriptions in English can cause misunderstandings or miscommunication regarding the information provided because there are readers who do not master English and feel it is too complicated if they have to translate it first. This research aims to examine the extent to which the use of short descriptions in English can influence the effectiveness of conveying information on the @folkative Instagram account. The research uses message design logic theory, with a quantitative method, survey approach, and explanatory research type. This research uses inferential statistical data analysis techniques which are used to explain the relationship between two or more variables. In this research, validity and reliability tests were also carried out which were distributed to 30 respondents outside the research sample. If all statements are valid and reliable then they can be distributed to a sample of 100 respondents. This research used followers of the Instagram account @folkative as the population and used an accidental sampling technique, with a sample size of 100 respondents. The results of the hypothesis test calculation state that t count is $16,014 > t$ table $1,948$, which means that H_a is accepted. It can be concluded that variable X and variable Y have a large and significant influence. The results of the coefficient of determination test showed that the level of influence between variables was 72.4%, so the use of short descriptions in English on the @folkative Instagram account had a large and significant influence on the effectiveness of information delivery, then the regression coefficient number stated a value of 0.767 (positive)

Keyword: Effectiveness, English, Folkative, Information, Short Description

Naskah diterima: #27-02-2024, direvisi: #27-05-2024, diterbitkan: #25-03-2024



PENDAHULUAN

Pengiriman informasi yang efektif penting agar dapat diterima dengan baik oleh audiensnya. Kunci efektivitasnya adalah pemahaman yang sama antara penerima dengan penyampainya. Ketidakjelasan informasi bisa menyebabkan kebingungan dan ketidakpahaman pada penerima informasi. Untuk menjaga agar informasi efektif, penting untuk menyampaikannya dengan kalimat yang sederhana dan tidak berlebihan. Penggunaan kata-kata asing harus dibatasi dan jika perlu, harus disertai dengan penjelasan singkat. Selain itu, aspek bahasa juga harus diperhatikan dalam penyampaian informasi (Harahap, 2019). Teknologi komunikasi merupakan salah satu bidang yang mengalami perkembangan dan kemajuan yang sangat pesat. Akibat perkembangan teknologi komunikasi tersebut, media-media yang digunakan untuk berkomunikasi pun ikut berkembang menjadi media baru atau disebut juga sebagai new media. Menurut Mondry dalam (Pratyaksa & Putri, 2020) media baru didefinisikan sebagai media yang mempergunakan internet, media online yang berbasis teknologi, bersifat fleksibel, bisa digunakan secara pribadi maupun secara public dan memiliki potensi untuk menjadi interaktif. Salah satu media baru yang paling banyak digunakan saat ini adalah Instagram. Instagram merupakan sebuah platform media sosial yang memungkinkan para penggunanya untuk saling membagikan konten berupa video dan juga foto dan dilengkapi dengan deskripsi. Menurut (Adha & Hermintoyo, 2019) dengan ditambahkan gambar atau ilustrasi di dalam informasi yang diberikan oleh informan, maka akan mengoptimalkan dan meningkatkan pemahaman terhadap informasi, setelah para penerima informasi mengamati gambar atau ilustrasi tersebut kemudian terbentuk reaksi dan respon dari gambar atau ilustrasi tersebut.

Instagram adalah platform yang paling populer di kalangan generasi milenial dan generasi Z. Berdasarkan data dari situs data.goodstats.id (Yonatan, 2023), 30,8% pengguna Instagram di dunia berusia 18-24 tahun, sementara 30,3% lainnya berusia 25-34 tahun. Selain menjadi sarana untuk berbagi informasi, Instagram juga menjadi pilihan utama untuk mencari informasi karena fokusnya pada konten visual. Penelitian oleh (Astriani & Nanda, 2022) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram memiliki dampak signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi para pengikut akun @folkative, dengan pengaruh sebesar 68,1%. Pemenuhan kebutuhan informasi ini didorong oleh berbagai motivasi. Studi (Kusumawardhani et al, 2023) mengungkap bahwa motivasi dalam pemenuhan kebutuhan informasi pada remaja akhir hingga dewasa awal meliputi gaya

hidup, pekerjaan, integrasi personal, dan kehidupan sosial.

Bahasa merupakan elemen penting dalam penyampaian informasi, termasuk dalam konten media sosial. Menurut (Mailani et al., 2023), bahasa dan komunikasi saling terkait dan tidak dapat dipisahkan, karena penggunaan bahasa yang tepat mempermudah penerima informasi untuk memahami pesan yang disampaikan, sehingga mempengaruhi proses komunikasi. Namun, penggunaan bahasa di media sosial sering bercampur dengan bahasa asing, terutama bahasa Inggris. Banyak pengguna media sosial yang belum menguasai bahasa Inggris dengan baik, sehingga mereka kesulitan memahami informasi yang disampaikan. Ini tidak dapat dihindari karena bahasa Inggris adalah bahasa internasional. Di sisi lain, kesamaan bahasa memudahkan individu atau kelompok dalam berkomunikasi untuk mencapai pemahaman bersama, dibandingkan dengan mereka yang tidak mengerti bahasa yang sama (Herdhianta et al., 2022).

Menurut English Proficiency Index (EPI) tahun 2022 yang dipublikasikan oleh Education First, Indonesia menduduki peringkat 81 dari 111 negara di dunia dalam keterampilan berbahasa Inggris. Indonesia mendapatkan skor sebesar 469 poin, dimana skor tersebut masih terbilang cukup rendah jika dibandingkan dengan skor rata-rata English Proficiency Index (EPI) global yang skornya sebesar 502 poin. Skor yang diraih oleh Indonesia menggambarkan bahwa kemampuan berbahasa Inggris di Indonesia masih rendah. Artinya masih banyak masyarakat Indonesia yang masih belum menguasai atau bahkan tidak mengerti sama sekali mengenai bahasa Inggris.

Salah satu pengguna Instagram yang menyebarkan konten informatif dalam bahasa Inggris adalah akun @folkative. Akun Instagram dengan username @folkative ini merupakan platform media online yang menyajikan berita harian terbaru, hiburan, dan berbagai informasi lainnya untuk mengeksplorasi budaya kreatif Indonesia. Informasi di akun @folkative disampaikan melalui foto dengan deskripsi singkat atau caption sebagai pelengkap. Akun ini menggunakan dua bahasa dalam menyajikan kontennya, yakni bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Bahasa Indonesia digunakan dalam foto konten, sedangkan bahasa Inggris digunakan dalam deskripsi singkatnya. Informasi dalam konten foto hanya berupa headline dalam bahasa Indonesia, sementara deskripsi singkat yang lebih lengkap disajikan dalam bahasa Inggris.

Hal ini tidak jarang membuat para followers akun Instagram @folkative hanya membaca headline yang ada pada konten foto saja, dikarenakan mereka kurang menguasai bahasa Inggris dan merasa malas dan tidak praktis untuk menerjemahkan deskripsi singkat berbahasa Inggris tersebut. Tentunya masalah ini dapat mengakibatkan miskomunikasi dan informasi yang disajikan oleh akun Instagram @folkative penyampaiannya menjadi tidak sesuai, sehingga penyampaian informasi untuk para followers menjadi tidak efektif..

KAJIAN LITERATUR

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori message design logic atau disebut juga teori logika desain pesan. Teori logika desain pesan merupakan teori yang dikemukakan oleh B. J. O'Keefe. Teori ini menjelaskan tentang mengapa sebuah pesan dapat menimbulkan pandangan yang berbeda, salah satunya adalah pandangan mengenai keefektifan pesan tersebut. O'Keefe berpendapat dalam (Morrisan, 2021) bahwa setiap manusia memiliki cara yang berbeda dalam membuat pesan, karena setiap manusia memiliki pemahaman yang berbeda terhadap komunikasi. Perbedaan pemahaman ini mempengaruhi bagaimana pesan dibuat untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Teori ini juga berpandangan mengenai bagaimana seseorang menentukan bentuk pesan agar informasi yang disampaikan dapat efektif (Virdaus, 2019). Teori logika desain pesan juga menyatakan bahwa setiap orang memiliki aliran pemikiran yang berbeda untuk digunakan dalam mengelola tujuan yang saling bertentangan. Barbara O'Keefe mengutarakan bahwa terdapat tiga logika yang digunakan oleh seseorang dalam membuat pesan, dimulai dari yang sangat tidak terpusat (least person centered) sampai yang paling terpusat (most person centered) (Morrisan, 2021).

1) Logika ekspresif (expressive logic), merupakan logika yang melihat komunikasi menjadi cara untuk mengekspresikan diri dan juga untuk mengungkapkan pikiran dan perasaan yang ada dalam diri. Logika ekspresif ini memiliki pesan yang reaktif dan terbuka, dengan cara hanya memberi sedikit perhatian pada kepentingan orang lain dan logika ekspresif ini bersifat self centered atau fokus kepada sang pembicara.

2) Logika konvensional (conventional logic), merupakan logika yang memandang komunikasi seperti suatu permainan yang diikuti dengan beberapa aturan. Logika konvensional ini adalah sebuah sarana untuk mengekspresikan diri dengan mengikuti norma atau aturan yang diterima seperti

hak dan juga tanggung jawab orang-orang yang berperan serta. Logika ini menghasilkan pesan-pesan yang sopan dan mengikuti aturan yang ada.

3) Logika retorika (rhetorical logic), adalah logika yang melihat komunikasi sebagai salah satu cara yang berguna untuk mengubah suatu aturan melalui negosiasi. Pesan yang dibentuk dengan memakai logika retorika ini dibuat dengan sedemikian rupa agar dapat membujuk atau mempengaruhi lawan bicara.

Jika tujuan komunikasinya sederhana, maka apapun logika yang digunakan dalam membuat pesan akan menciptakan bentuk pesan yang kurang lebih sama. Begitupun sebaliknya, jika tujuan komunikasinya luas atau besar maka apapun logika yang digunakan dalam membuat pesan akan menciptakan bentuk pesan yang berbeda-beda (Morrisan, 2021). Penelitian ini juga menggunakan penelitian terdahulu yang dimanfaatkan sebagai pembandingan dan juga acuan untuk peneliti dalam menentukan arah penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Astriani dan Nanda (2022) dengan judul "The Effect Of Using Instagram Social Media On Followers Information Requirements In Following Accounts @Folkative", penelitian ini adanya pengaruh dalam menggunakan media sosial Instagram dalam menemukan kebutuhan informasi oleh followers @folkative sebesar 68.1%, sedangkan 31.9% lainnya dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Oktavi et al., 2023) dengan judul "University Students' Perception of English Caption "Folkative Instagram Account" In Vocabulary Mastery". Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan menggunakan kuisioner tertutup dengan jumlah responden sebanyak 72 mahasiswa. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa caption berbahasa Inggris dalam akun Instagram @folkative membantu para mahasiswa untuk lebih banyak membaca teks berbahasa Inggris, menemukan kosa kata yang tidak diketahui sebelumnya, dan mengembangkan penguasaan kosakata.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Fadlan & Putri, 2021) berjudul "Pengaruh Gaya Komunikasi Akun Instagram Folkative Terhadap Online Engagement (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019)", penelitian ini menemukan adanya pengaruh yang kuat dari gaya komunikasi akun Instagram Folkative terhadap keterlibatan secara daring sebesar 61%, yang berarti gaya komunikasi akun Instagram

Folkative berpengaruh terhadap keterlibatan secara daring mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Kusumawardhani et al., 2023) yang berjudul “Motivasi Pemenuhan Kebutuhan Informasi Melalui Postingan Instagram @folkative (Studi Fenomenologi Pada Remaja Akhir Hingga Dewasa Awal di Kota Bengkulu)”, penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan data diperoleh melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa motivasi pemenuhan kebutuhan informasi kalangan remaja akhir hingga dewasa awal dapat terpenuhi didasari oleh beragam motivasi, yaitu gaya hidup, pekerjaan, integrasi personal, dan kehidupan sosial.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Kholifah & Sabardila, 2020) yang berjudul “Analisis Kesalahan Gaya Berbahasa Pada Sosial Media Instagram Dalam Caption dan Komentar”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif bersifat deskriptif guna mengidentifikasi kesalahan bahasa yang terdapat di Instagram. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat bentuk kesalahpahaman dalam penggunaan bahasa Indonesia di Instagram, yaitu variasi bahasa Indonesia dan bahasa Inggris dan variasi bahasa Indonesia dengan bahasa gaul, bahasa daerah setempat, dan bahasa Inggris.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Maharani et al., 2022) dengan judul “The Effectiveness of Instagram @Folkative Social Media As A Means of Information For The Young Generation”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sumber data yang berasal dari kuisioner. Penelitian ini menemukan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana informasi bagi generasi muda telah efektif.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Perangin-angin et al., 2022) yang berjudul “Communication Style of Instagram Account Followed by Millenials”. Penelitian ini menggunakan sumber data dari akun Instagram Folkative yang memiliki 6000 unggahan dan ribuan likes dan juga comments. Hasil penelitian yang ditemukan adalah terdapat tiga gaya komunikasi yang digunakan oleh Folkative, yaitu structuring style, equalitarian style, dan controlling style.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Mastan & Sukendro, 2023) dengan judul “Minimnya Kualitas Sumber Daya Manusia Indonesia dalam Berpikir Kritis (Salah Satu Aspek dalam Komunikasi

Periklanan) yang diteliti dari Komentar Unggahan Instagram”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi, menggunakan teori hermeneutika sebagai teori utama lalu teori konstruksi realitas sosial dan teori konformitas sebagai teori pendukung. Objek yang diteliti adalah komentar dari unggahan akun Instagram Folkative dan Indozone. Hasil penelitian ini adalah sebagian masyarakat cenderung menyatakan pernyataan yang provokatif dan beresiko menimbulkan konflik. Disimpulkan bahwa berpikir kritis belum diterapkan secara penuh oleh masyarakat tertentu.

Penelitian kesembilan dilakukan oleh (Rahmawati & Yuki, 2022) yang berjudul “Dampak Postingan Instagram Terhadap Kaidah Berbahasa Indonesia dan Penilaian Sosial”. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan sumber data yang digunakan adalah mahasiswa pengguna aktif Instagram. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa para pengguna Instagram menggunakan kata atau kalimat yang bercampur dengan bahasa asing agar mendapat penilaian sosial yang tinggi, dan percampuran bahasa berpengaruh pada nasionalisme para remaja itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif dan paradigma yang digunakan adalah positivisme. Penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif adalah penelitian yang menjelaskan dan menguji tentang hubungan keterkaitan antar variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis (Sugeng, 2022). Jenis penelitian eksplanatif ini bertujuan untuk memberikan pembahasan tentang suatu fenomena, yang hasil akhirnya diuraikan melalui hubungan sebab akibat. Metode yang digunakan adalah metode survei, dimana kuisioner menjadi alat untuk mengumpulkan data yang diperlukan.

Populasi dalam penelitian ini merupakan followers dari akun Instagram @folkative, yaitu sebanyak 5 Juta followers (8 Oktober 2023). Teknik sampling yang digunakan adalah accidental sampling, jumlah sampel ditentukan dengan rumus Taro Yamane dan didapatkan sebanyak 100 responden dari total populasi. Peneliti melakukan uji validitas guna mengetahui kelayakan item pertanyaan yang nantinya akan dibagikan kepada para responden. Peneliti menggunakan korelasi Pearson Product Moment untuk menguji validitas. Berdasarkan hasil uji validitas, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir atau instrumen pernyataan pada variabel X dan Y dinyatakan valid, Hal ini dikarenakan telah memenuhi syarat dimana r hitung $>$ r tabel. Berdasarkan uji analisa dengan menggunakan

software SPSS 27 didapatkan uji reliabilitas yang dilakukan kepada 30 orang responden dengan jumlah pernyataan sebanyak 12 butir pada variabel X menghasilkan nilai alfa cronbach sebesar 0,961, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan merupakan sangat reliabel atau realibilitas sempurna, kemudia uji reliabilitas yang dilakukan kepada 30 orang responden dengan jumlah pernyataan sebanyak 10 butir pada variabel Y menghasilkan nilai alfa cronbach sebesar 0,928. Dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan merupakan sangat reliabel atau realibilitas sempurna.

PEMBAHASAN

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori message design logic atau teori logika desain pesan. Teori ini menjelaskan tentang mengapa sebuah pesan dapat menimbulkan pandangan yang berbeda, salah satunya adalah pandangan mengenai keefektifan pesan tersebut. O'Keefe dalam teori ini berpendapat bahwa terdapat tiga logika yang digunakan seseorang dalam membuat pesan, yaitu logika ekspresif, logika konvensional, dan logika retorika (Morissan, 2021). Dalam penelitian ini logika desain pesan yang digunakan pada akun Instagram @folkative dalam deskripsi singkatnya adalah logika konvensional. Logika konvensional merupakan logika yang mendesain pesan berdasarkan aturan yang telah diketahui oleh banyak orang atau bersifat umum. Oleh karena itu pesan yang dihasilkan dari logika konvensional ini menggunakan kalimat yang formal dan tidak ada suatu penambahan dengan maksud tertentu. Hal tersebut bisa ditemukan pada deskripsi singkat akun Instagram @folkative yang kalimatnya bersifat formal dan sopan dalam menyajikan informasi-informasinya. Teori logika desain pesan juga menekankan pada kejelasan dan kesesuaian pesan, dalam penelitian ini deskripsi singkat berbahasa Inggris pada akun Instagram @folkative telah memperhatikan pemilihan kata, struktur kalimat, dan tata bahasa sehingga informasi dapat efektif untuk disampaikan dan dipahami para followers.

Variabel X (Penggunaan Deskripsi Singkat Berbahasa Inggris) menggunakan tiga dimensi untuk mengukur penggunaan deskripsi singkat berbahasa Inggris, yaitu understandable, informative, dan clear. Berdasarkan data yang telah didapatkan dari responden, hasil mean dimensi variabel X (Penggunaan Deskripsi Singkat) adalah dimensi understandable senilai 8.005, dimensi informative senilai 8.05, dan dimensi clear senilai 8.275. Nilai mean tertinggi pada dimensi variabel X, yaitu dimensi clear menunjukkan bahwa deskripsi singkat

berbahasa Inggris dalam akun Instagram @folkative yang mudah dipahami dan cukup ringkas menjadi faktor yang paling mempengaruhi efektivitas penyampaian informasi.

Hasil data dari dimensi understandable dalam variabel X, menunjukkan bahwa deskripsi singkat berbahasa Inggris dalam akun Instagram @folkative yang mampu mengarahkan pembaca untuk memahami dan menafsirkan informasi yang disajikan bisa mempengaruhi efektivitas penyampaian informasi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Astriani dan Nanda (2022) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh dalam menggunakan media sosial Instagram dalam menemukan kebutuhan informasi oleh followers @folkative sebesar 68.1%. Dimana kebutuhan informasi followers akun Instagram @folkative terpenuhi dengan penggunaan deskripsi singkat berbahasa Inggris yang mengarahkan pembaca untuk melihat lebih lanjut informasi yang disajikan. Variabel Y (Efektivitas Penyampaian Informasi) diukur dalam penelitian ini menggunakan 3 dimensi, yaitu clarity, content, dan context. Berdasarkan data yang telah didapatkan dari responden, hasil mean dimensi variabel Y (Efektivitas Penyampaian Informasi) adalah dimensi clarity senilai 8.16, dimensi content senilai 8.0025, dan dimensi context senilai 8.06. Nilai mean tertinggi pada dimensi variabel Y, yaitu dimensi clarity menunjukkan bahwa faktor yang paling besar dalam penyampaian informasi yang efektif adalah ketika deskripsi singkat berbahasa Inggris dalam akun Instagram @folkative bahasanya mudah dimaknai dan informasinya juga relevan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktavi et al (2023) yang menyatakan bahwa bahwa caption berbahasa Inggris dalam akun Instagram @folkative membantu para mahasiswa untuk lebih banyak membaca teks berbahasa Inggris, menemukan kosa kata yang tidak diketahui sebelumnya, dan mengembangkan penguasaan kosa kata. Dimana deskripsi singkat berbahasa Inggris pada akun Instagram @folkative yang mudah dimaknai dapat memenuhi kebutuhan pembacanya untuk mengembangkan penguasaan kosa kata. Hasil uji korelasi yang telah dilakukan oleh peneliti, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Dimana dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan deskripsi singkat berbahasa Inggris dan efektivitas penyampaian informasi. Lalu nilai korelasi yang diperoleh adalah sebesar 0.851, yang dapat diartikan bahwa variabel penggunaan deskripsi singkat

berbahasa Inggris dan variabel efektivitas penyampaian informasi memiliki korelasi yang sangat kuat karena berada dalam tingkatan 0.76 – 1.00.

Hasil uji regresi linear sederhana yang telah dilakukan oleh peneliti diperoleh nilai konstanta sebesar 6.355, menunjukkan jika penggunaan deskripsi singkat berbahasa Inggris bernilai nol, maka efektivitas penyampaian informasi akan memiliki nilai 6.355. Kemudian koefisien regresi yang diperoleh adalah sebesar 0.767 dan dinyatakan positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1% dalam penggunaan deskripsi singkat berbahasa Inggris akan mengakibatkan peningkatan sebesar 0.767 dalam efektivitas penyampaian informasi, dengan pengaruh yang positif. Pernyataan yang dapat ditarik adalah semakin tinggi penggunaan deskripsi singkat berbahasa Inggris maka semakin meningkat pengaruh terhadap efektivitas penyampaian informasi.

Hasil uji koefisien determinasi yang sudah dilakukan menyatakan nilai koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh adalah 72,4%, angka ini mengartikan bahwa besarnya tingkat pengaruh penggunaan deskripsi singkat berbahasa Inggris pada akun Instagram @folkative terhadap efektivitas penyampaian informasi adalah sebesar 72,4%. Sedangkan sisanya senilai 27,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian ini. Seperti kemampuan penguasaan bahasa Inggris dan ragam bahasa, seperti bahasa pergaulan yang banyak digunakan saat ini Hasil perhitungan uji hipotesis atau uji t yang telah dilakukan, menyatakan bahwa nilai t hitung sebesar 16.014 > t tabel sebesar 1.948, yang dapat diartikan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima. Kemudian nilai signifikansi (Sig.) yang diperoleh sebesar 0.000, lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi 0.05 yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan. Hasil yang didapatkan adalah terdapat pengaruh yang besar dan signifikan dari penggunaan deskripsi singkat berbahasa Inggris pada akun Instagram @folkative terhadap efektivitas penyampaian informasi. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan (Solihah et al., 2023) bahwa penggunaan deskripsi singkat dan penghayatan informasi yang diunggah oleh akun @folkative memiliki pengaruh yang signifikan sebanyak 72,8%. Ini mengindikasikan bahwa penghayatan informasi dianggap signifikan karena para responden memilih akun @folkative sebagai sumber informasi rutin, yang dapat meningkatkan pemahaman mereka dan memberikan kepuasan karena penyampaian informasi yang diunggah oleh akun Instagram @folkative dianggap sangat mudah dimengerti..

PENUTUP

Hasil penelitian yang telah dilakukan pada pengikut atau followers akun Instagram @folkative menyatakan bahwa variabel X (Penggunaan Deskripsi Singkat Berbahasa Inggris) dan variabel Y (Efektivitas Penyampaian Informasi) memiliki pengaruh senilai 72,4% dan berpengaruh secara positif. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan deskripsi singkat berbahasa Inggris pada akun Instagram @folkative memiliki pengaruh yang cukup besar dan signifikan terhadap efektivitas penyampaian informasi. Peneliti juga menemukan logika desain pesan yang digunakan pada deskripsi singkat berbahasa Inggris akun Instagram @folkative merupakan jenis logika konvensional. Dimana deskripsi singkat berbahasa Inggris pada akun Instagram @folkative menggunakan kalimat yang sopan dan juga formal, sehingga dapat memberikan pengaruh positif terhadap efektivitas penyampaian informasi.

REFERENSI

- Adha Winoto Noer, & Hermintoyo. (2019). TANGGAPAN DALAM PEMAHAMAN INFORMASI PADA GAMBAR ILUSTRASI DI INSTAGRAM. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(4), 301–310.
- Astriani Rina, & Nanda Sendi Eka. (2022). THE EFFECT OF USING INSTAGRAM SOCIAL MEDIA ON FOLLOWERS' INFORMATION REQUIREMENTS IN FOLLOWING ACCOUNTS @FOLKATIVE. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 1, 01–09. www.tekno.kompas.com
- Fadhlan Muhammad Hanifan, & Putri K. Y. S. (2021). PENGARUH GAYA KOMUNIKASI AKUN INSTAGRAM FOLKATIVE TERHADAP ONLINE ENGAGEMENT (STUDI KASUS MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA ANGKATAN 2019). *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1), 1–7.
- Harahap, A. S. (2019). TEKNIK MENULIS YANG EFISIEN DAN EFEKTIF DI MEDIA ONLINE. *Jurnal Abdimas*, 5(3), 201–206.
- Herdhianta Dhimas, Kremer Hendri, Mustikarani Innez Karunia, Djerubu David, Ardyanti Dian, Agustina Tri Siwi, Rizqi Muhammad, Tonapa Emelia, Dewi Ni Nyoman Sri Artina, Wardani Ratnaningtyas Wahyu Kusuma, Mulyono Tanto Trisno, Indriastuti Yudiana, & Wahyuni Sari. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Sukmawati Fatma, Ed.). PRADINA PUSTAKA. https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Ilmu_Komunikasi/Y-B1EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=penganta

- r+ilmu+komunikasi+herdhianta+2022&pg=PT4&printsec=frontcover
- Kholifah Umi, & Sabardila Atiqa. (2020). Analisis Kesalahan Gaya Berbahasa Pada Sosial Media Instagram dalam Caption dan Komentar. *NUSA*, 15(3).
- Kusumawardhani Adinda Shifa, Hadiprashada Dhanurseto, & Marlina Neneng Cucu. (2023). Motivasi Pemenuhan Kebutuhan Informasi Melalui Postingan Instagram @Folkative (Studi Fenomenologi Pada Remaja Akhir Hingga Dewasa Awal di Kota Bengkulu). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 7(3), 2598–9944. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.5337>
- Maharani Nisa Aulia, Faradila, F., & Wahyunengsih. (2022). THE EFFECTIVENESS OF INSTAGRAM @FOLKATIVE SOCIAL MEDIA AS A MEANS OF INFORMATION FOR THE YOUNG GENERATION. *Jurnal Visi Komunikasi*, 21(02), 222–230.
- Mailani, O., Nuraeni, I., Syakila, S. A., & Lazuardi, J. (2023). Bahasa Sebagai Alat Komunikasi Dalam Kehidupan Manusia. *KAMPRET Journal*, 1(2), 1–10. www.plus62.isha.or.id/index.php/kampret
- Mastan Ryan, & Sukendro Gregorius Genep. (2023). Minimnya Kualitas Sumber Daya Manusia Indonesia dalam Berpikir Kritis (Salah Satu Aspek dalam Komunikasi Periklanan) yang diteliti dari Komentar Unggahan Instagram. *Koneksi*, 7(1), 213–221. <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/21259/14083>
- Morissan. (2021). TEORI KOMUNIKASI INDIVIDU HINGGA MASSA Edisi Revisi. KENCANA. <https://books.google.co.id/books?id=DsM0EA-AAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=true>
- Namira, A., Mono, U., & Perangin-angin, A. Br. (2022). Communication Style of Instagram Account Followed by Millennials. *Pioneer: Journal of Language and Literature*, 14(1), 269. <https://doi.org/10.36841/pioneer.v14i1.1705>
- Oktavi, A., Mutiarani, Aswir, Novita, P., & Baneng, M. (2023). UNIVERSITY STUDENTS' PERCEPTION OF ENGLISH CAPTION "FOLKATIVE INSTAGRAM ACCOUNT" IN VOCABULARY MASTERY. *Proceeding of International Seminar and Joint Research*. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/ISJR/>
- Pratyaksa I Gede Titah, & Putri Niluh Wiwik Eka. (2020). NEW MEDIA SEBAGAI SARANA PENYULUHAN AGAMA HINDU OLEH DIGITAL NATIVE. *DANAPATI: Jurnal Komunikasi*, 1(1), 82–94.
- Sugeng Bambang. (2022). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. DEEPUBLISH. <https://books.google.co.id/books?id=T6RjEAA-AQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=true>
- Virdaus Dony Rano. (2019). GAYA KOMUNIKASI DALAM BERITA TELEVISI (PRODUKSI PESAN PADA PROGRAM BERITA "POJOK KAMPUNG" JTV DAN PENERIMAAN PESAN DI KALANGAN MASYARAKAT JAWA TIMUR). *Mediakita*, 3(2), 163–178.
- Waladinia Solihah, S., Utamidewi, W., Widya Budhiharti, T., Studi Ilmu Komunikasi, P., & Singaperbangsa Karawang, U. (2023). Analisis Dampak Akun Instagram @folkative terhadap Penghayatan Informasi di Kalangan Followers di Karawang.
- Wati, R., & Yuki, L. K. (2022). DAMPAK POSTINGAN INSTAGRAM TERHADAP KAIDAH BERBAHASA INDONESIA DAN PENILAIAN SOSIAL. *Jurnal Edukasi Khatulistiwa: Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 5(2), 91. <https://doi.org/10.26418/ekha.v5i2.51820>
- Yonatan Agnez Z. (2023, May 29). Pengguna Instagram Berdasarkan Rentang Usia 2023. *STATISTIK*. <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/pengguna-instagram-berdasarkan-rentang-usia-2023-MEdzz#:~:text=Pengguna%20Instagram%20di%20tahun%202023%20didominasi%20oleh%20remaja%20dan%20dewasa,3%20dengan%2015%2C7%25>

BIODATA PENULIS

Nickie Renail Asmara

Lahir di Jakarta, 9 Februari 2001. Merupakan mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, Lulusan Program Studi Ilmu Komunikasi Strata-1 (S1) tahun 2024.

Lusia Handayani

Dosen mata kuliah Komunikasi Kelompok & Organisasi, Komunikasi dan Industri Kreatif, dan Komunikasi Bisnis di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.