



## Pengaruh Konten Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* @Wonosobozone

Nisrina Fajari<sup>1</sup>, Diana Khuntari<sup>2</sup>  
Sekolah Tinggi Multi Media Yogyakarta<sup>1,2</sup>

Alamat: Jl. Magelang Km. 6, Yogyakarta

Korespondensi penulis: [diana@mmtc.ac.id](mailto:diana@mmtc.ac.id)

**Abstract.** *Currently Instagram is developing into a platform for exchanging information. Many users use Instagram to share information, as well as find information. The Instagram account @wonosobozone is one of the accounts that provides local information content about Wonosobo Regency. The Instagram account @wonosobozone also uploads national and international news with various rubrics. All information uploaded by the Instagram account @wonosobozone in an interesting way in the form of feed, story, and video content (reels and IGTV). The purpose of this research is to determine whether there is an effect of the content of the @wonosobozone Instagram account on meeting the information needs of followers. This study uses the concept of information needs and Instagram content which includes feed posts, stories, story highlights, IGTV videos, and guides. The research uses quantitative methods. The research sample was taken from 100 respondents who are followers of the Instagram account @wonosobozone with a random sampling technique. Data collection is done by distributing questionnaires to Instagram followers @wonosobozone. The data analysis techniques used in this study were normality test, correlation test, simple linear regression test, coefficient of determination test and hypothesis testing using SPSS 25. The results of the study prove that @wonosobozone's Instagram content has a significant influence on meeting the information needs of followers by 68,3%. While the remaining 31,7% is influenced by other factors not discussed in this study.*

**Keywords:** *Fulfilling Informations Needs, Instagram Content, Wonosobo.*

**Abstrak.** Saat ini Instagram berkembang menjadi platform untuk saling bertukar informasi. Banyak pengguna yang memanfaatkan Instagram untuk berbagi informasi, sekaligus mencari informasi. Akun Instagram @wonosobozone menjadi salah satu akun yang menyediakan konten informasi lokal seputar Kabupaten Wonosobo. Akun Instagram @wonosobozone turut mengunggah berita nasional hingga internasional dengan rubrik yang beragam. Seluruh informasi disampaikan oleh akun Instagram @wonosobozone secara menarik yang berupa konten *feed*, *story*, dan video (*reels* dan *IGTV*). Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui adakah pengaruh konten akun Instagram @wonosobozone terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Konsep kebutuhan informasi dan konten instagram yang mencakup *feed post*, *story*, *story highlight*, *IGTV Video*, dan *guide* digunakan pada penelitian ini. Metode penelitian kuantitatif teknik random sampling digunakan untuk meneliti 100 responden yang merupakan *followers* akun Instagram @wonosobozone. Kuesioner disebar pada *followers* Instagram @wonosobozone sebagai proses pengumpulan data. Teknik analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan pengujian normalitas, korelasi, regresi linier sederhana, koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis dengan bantuan aplikasi SPSS 25.

Received November 30, 2022; Revised Maret 30, 2023; Accepted Juli 30, 2023

\* Nisrina Fajaril, [diana@mmtc.ac.id](mailto:diana@mmtc.ac.id)

Penelitian membuktikan adanya pengaruh signifikan antara konten Instagram @wonosobozone dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* sebesar 68,3%. Sedangkan 31,7% sisanya merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

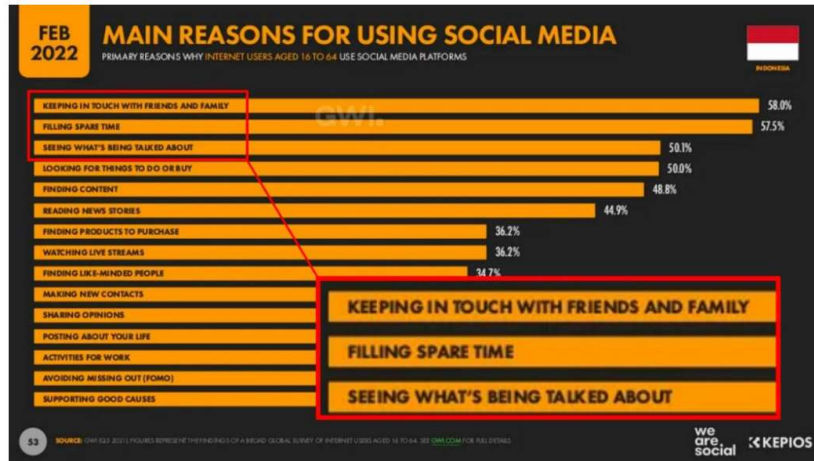
**Kata kunci:** Konten Instagram, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Wonosobo

## LATAR BELAKANG

Pada era digital ini, teknologi berkembang sangat pesat yang ditandai dengan adanya perubahan teknologi yang semula analog menjadi serba digital. Perkembangan teknologi tidak dapat dihindari, sehingga manusia dituntut untuk beradaptasi dan menyesuaikan diri dengan teknologi-teknologi baru. Kehadiran teknologi memberikan manfaat serta kemudahan bagi manusia untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Salah satu bentuk perkembangan teknologi yang membawa perubahan signifikan serta manfaat positif yaitu hadirnya internet sejak tahun 1969 yang diciptakan oleh Leonard Kleinrock (Azizah, 2022).

Penggunaan internet saat ini di Indonesia telah mencapai 77,02% dari total populasi penduduk Indonesia (APJII, 2022). Alasan terbanyak penggunaan internet oleh masyarakat Indonesia antara lain untuk mengakses media sosial dan layanan publik, melakukan transaksi *online*, bekerja atau bersekolah dari rumah, dan mengakses informasi/berita (APJII, 2022). Pengguna media sosial di Indonesia per Februari 2022 mencapai 68,9% dari seluruh populasi di Indonesia atau setara dengan 191,4 juta pengguna (Kemp, 2022).

Gambar 1 menunjukkan alasan penggunaan media sosial oleh masyarakat Indonesia, yaitu untuk berkomunikasi dan mengisi waktu luang. Selain itu, untuk mengikuti apa yang sedang diperbincangkan di publik, mencari konten, dan membaca kisah atau cerita baru merupakan faktor lain penggunaan media sosial di Indonesia. Saat ini, banyak warganet Indonesia yang diketahui menggunakan WhatsApp dan Instagram untuk bersosialisasi secara daring (DataReportal, 2022). Bahkan menurut survei yang dilakukan oleh Statista Research Departement pada Januari 2022, Indonesia menduduki peringkat empat sebagai negara yang paling banyak menggunakan Instagram. Menurut data, terhitung pada bulan Februari 2022 terdapat 99,15 miliar pengguna aktif Instagram di Indonesia (Kemp, 2022). Saat ini Instagram juga banyak dimanfaatkan untuk berbagi informasi sekaligus sebagai sumber informasi.



Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>

**Gambar 1. Alasan Penggunaan Media Sosial di Indonesia (2022)**

Manusia membutuhkan informasi dalam kehidupan sehari-hari yang berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan (Nugraha, 2021). Adanya ketidakseimbangan antara pandangan/wawasan yang dibutuhkan dengan pemahaman yang dimiliki manusia menjadi penyebab timbulnya kebutuhan informasi (FISIP UNAIR, 2020). Kebutuhan informasi harus dipenuhi untuk mengurangi besarnya ketimpangan antara pemahaman yang dimiliki dengan pandangan/informasi yang dibutuhkan oleh manusia.

Saat ini masyarakat Indonesia lebih tertarik untuk mencari informasi melalui media sosial Instagram karena informasi yang diunggah di Instagram bersifat terkini (*up to date*) dan mudah dipahami pengguna (Dewi et al., 2021). Pengguna dapat bebas memilih akun Instagram serta jenis konten yang ingin dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan informasinya.

Instagram saat ini berkembang menjadi platform untuk saling bertukar informasi. Saat ini banyak ditemukan akun-akun Instagram yang membagikan konten berita dan konten-konten informatif. Akun Instagram @wonosobozone menjadi salah satu akun yang menyediakan konten informasi lokal seputar Kabupaten Wonosobo. Sering kali, akun Instagram @wonosobozone turut mengunggah berita nasional hingga internasional dengan rubrik yang beragam. Seluruh informasi disampaikan oleh akun Instagram @wonosobozone secara menarik yang berupa konten *feed*, *story*, dan video (*reels* dan IGTV).

Menurut informasi yang diperoleh dari website resmi Wonosobozone.com, media online Wonosobo Zone telah berdiri sejak 1 Januari 2015 (wonosobozone.com, n.d.).

Selain melalui Instagram, Wonosobo Zone turut aktif membagikan informasi melalui platform lain seperti Facebook dan website. Namun Instagram lebih banyak diminati pengguna daripada Facebook, terbukti dari banyaknya interaksi yang terjadi pada unggahan Instagram akun @wonosobozone.



Sumber: [www.instagram.com/wonosobozone](https://www.instagram.com/wonosobozone)

**Gambar 2. Halaman Utama Instagram @wonosobozone (Februari 2022)**



Sumber: [www.instagram.com/wonosobozone](https://www.instagram.com/wonosobozone)

**Gambar 3. Halaman Utama Instagram @wonosobozone (Mei 2022)**

Selain adanya interaksi (*like* dan *comment*), akun Instagram @wonosobozone juga mengalami peningkatan jumlah pengikut (*followers*). Pada bulan Februari 2022 akun Instagram @wonosobozone memiliki pengikut (*followers*) sebanyak 343 ribu pengikut (gambar 2). Dan pada bulan Mei 2022 terdapat 354 ribu pengikut (gambar 3). Terdapat kenaikan *followers* sebanyak 11 ribu dalam kurun waktu 3 bulan.

Adanya peningkatan jumlah pengikut (*follower growth*) pada akun Instagram dapat membantu memahami berapa banyak pengguna yang terlibat dengan konten dan *brand* yang dimiliki (Klipfolio, 2022). Apabila dikaitkan dengan teori *uses and gratifications*, pengikut (*followers*) merupakan khalayak setia yang telah menentukan keinginannya untuk melihat konten pada *feeds* atau halaman Instagram mereka (Schramm dalam Humaizi, 2018:2). Saat pengguna Instagram telah menentukan pilihan untuk mengikuti akun @wonosobozone, dapat diartikan bahwa akun @wonosobozone mampu memenuhi kebutuhan pengguna akan informasi terutama tentang berita lokal. Hal ini didasari oleh asumsi teori *uses and gratifications* (Schramm dalam Humaizi, 2018:1), yaitu khalayak memiliki peran aktif dan kebebasan memilih media terbaik untuk memuaskan

kebutuhannya. Berdasarkan latar belakang, maka dilakukannya penelitian ini adalah untuk mencari tahu adakah pengaruh konten Instagram @wonosobozone terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Kebutuhan Informasi**

Segala macam keperluan manusia yang harus dipenuhi untuk mencapai kepuasannya disebut dengan kebutuhan (Ahmad, 2021). Informasi adalah sekumpulan data olahan yang dapat memberi pengetahuan bagi pembaca atau seseorang yang melihat informasi tersebut (Negara et al., 2021:12). Wersig (dalam Rodin, 2021:19), menjelaskan bahwa terjadinya kebutuhan informasi disebabkan “*a problematic situation*” atau kondisi bermasalah dalam diri manusia yang merasa tidak mampu untuk mencapai sebuah tujuan hidupnya. Sehingga mengakibatkan manusia harus mencari masukan dari luar (*external resources*). Menurut Guha (dalam Ratminto et al., 2017:71), kebutuhan informasi pada manusia dapat diidentifikasi dari beberapa pendekatan berikut ini:

1. *Current Need Approach*: Pendekatan ini dapat memenuhi kebutuhan informasi yang memiliki sifat mutakhir/terbaru. Supaya dapat meningkatkan wawasan dan pengalaman, maka manusia dan sistem informasi secara umum saling berurusan.
2. *Everyday Need Approach*: Informasi yang diperoleh berkaitan dengan apa yang dialami oleh seseorang secara umum, yang sifatnya dibutuhkan secara cepat dan spesifik.
3. *Exhaustic Need Approach*: Pengguna akan merasa ketergantungan dengan informasi yang diberikan karena pengguna memerlukan berita/informasi yang sifatnya mendalam, utuh, spesifik, serta relevan.
4. *Catching up Need Approach*: Pada pendekatan ini, manusia membutuhkan informasi yang singkat dan lengkap, serta *up to date* tentang perkembangan terbaru.

### **Media Sosial**

Menurut Borgan (dalam Nabila et al., 2020:7) “*social media is a new set of communication and collaboration tools that enable many types of interactions that were previously not available to the common person*”. Artinya bahwa media sosial merupakan alat komunikasi sekaligus kolaborasi mutakhir yang memungkinkan terjadi banyak interaksi yang belum pernah ada. Media sosial berperan sebagai alat berbagi informasi yang cepat, serta dapat menghubungkan seseorang dengan segala hal dengan mudah.

Terdapat 5 (lima) jenis media sosial menurut Fitria (dalam Banjarnahor et al., 2022:89) yaitu *social network*, *blog*, *microblogging*, *media sharing*, dan kolaborasi.

### **Instagram**

Instagram yaitu media sosial yang berbasis foto, *image* (gambar), dan video (Jubilee Enterprise, 2021:2). Instagram memberikan keuntungan bagi seseorang yang dapat memanfaatkan media ini untuk ber-jejaring secara luas, terus mempelajari ide baru, dan berkomunikasi (Green et al., 2018:1). Konten utama pada Instagram yaitu gambar dan video (Sugiarto, 2018:50). Konten adalah segala sesuatu yang dipublikasikan atau diunggah pada media sosial, seperti pembaruan status di Facebook, foto atau video di Instagram, tweet di Twitter, video yang diunggah pada YouTube, dan lain-lain (Chakti, 2019:98). Terdapat 5 (lima) jenis konten Instagram menurut Jubilee Enterprise (2021:6), yaitu:

1. *Feed Post* yaitu konten utama yang dapat diunggah di Instagram berupa gambar dan atau video.
2. *Story* adalah fitur Instagram yang dapat digunakan untuk mengunggah gambar atau video singkat berdurasi maksimal 15 detik yang hanya dapat dilihat selama 24 jam.
3. *Story Highlight* berguna untuk mengumpulkan koleksi *story* yang sudah pernah dibuat sebelumnya, agar dapat ditampilkan kembali di profil pengguna Instagram.
4. *IGTV Video* yaitu fitur untuk mengunggah video yang berdurasi 1 (satu) menit hingga 15 menit.
5. *Guide* merupakan fitur untuk mengunggah dan mengelompokkan unggahan yang dapat dilengkapi dengan penjelasan. Pengguna dapat memilih beberapa tipe *guide* yang tersedia, seperti tempat (*places*), produk (*products*), dan unggahan (*post*).

Penelitian serupa dilakukan oleh Khansa & Putri (2021) untuk mengetahui pengaruh sosial media akun Instagram @whiteboardjournal terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pembaca. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification* dan menghasilkan simpulan bahwa akun Instagram @whiteboardjournal berpengaruh signifikan terhadap kebutuhan informasi pembaca karena mampu menyampaikan beritanya dengan menarik. Penelitian lain yang serupa dilakukan oleh Qonaati (2021) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pemenuhan kebutuhan informasi oleh media sosial terhadap tingkat kepuasan *follower* akun @isj11jateng. Penelitian ini juga menggunakan teori *Uses and Gratification* dengan delapan kategori kebutuhan informasi, antara lain: subjek informasi, fungsi informasi, bentuk informasi, kesadaran akan

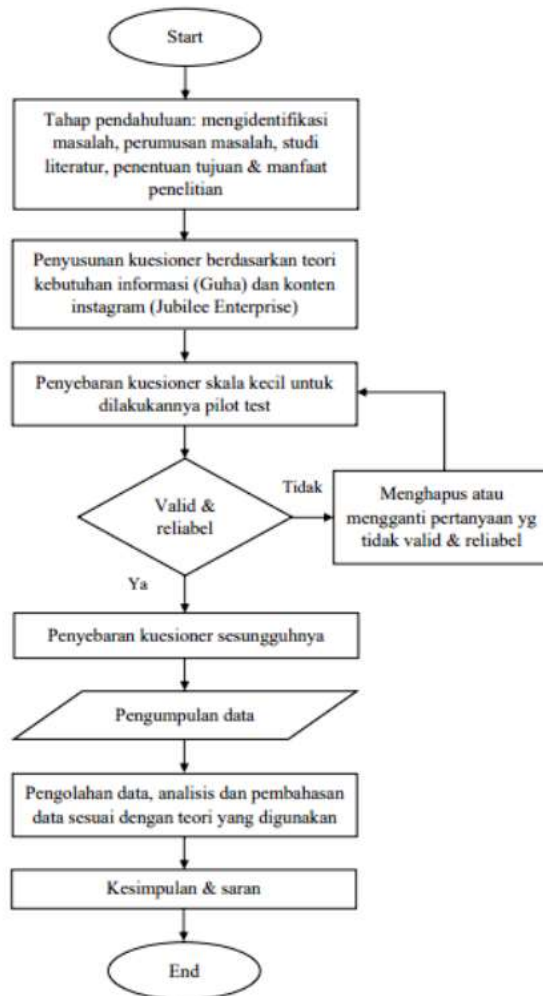
informasi, sudut pandang informasi, kuantitas informasi, kualitas informasi, dan kebaruan informasi. Selanjutnya, Ramadhana & Malau (2021) melakukan penelitian untuk mengetahui efektifitas penggunaan akun Instagram @soalpalu terhadap kebutuhan informasi masyarakat Kota Palu. Penelitian tersebut menghasilkan simpulan bahwa terdapat 65,4% efektifitas akun @soalpalu terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki fokus pada pengaruh akun Instagram, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh konten Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dengan menggunakan teori kebutuhan informasi (Guha dalam Ratminto et al., 2017).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menetapkan 2 variabel yang digunakan, yaitu Konten Instagram (variabel independen (X)) dan Kebutuhan Informasi (Variabel Dependen (Y)). Konten Instagram terdiri dari 5 jenis, yaitu: *feed post*, *story*, *story highlight*, *IGTV video*, dan *guide*. Sedangkan kebutuhan informasi terdiri dari 5 indikator, yaitu: *current need approach*, *everyday need approach*, *exhaustic need approach*, dan *catching up need approach*.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dan teknik *simple random sampling* dengan *probability sampling* karena fokus penelitian ini ingin melihat adakah pengaruh antara konten Instagram @wonosobozone dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut akun Instagram @wonosobozone, dengan total 354.000 orang terhitung pada bulan Mei 2022. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *google form* kepada *followers* akun @wonosobozone.

Suatu instrumen yang valid mampu mengungkapkan apa yang ingin diketahui (Subandono, 2022:14). Tingkat validitas dikatakan tinggi jika instrumen penelitian menghasilkan hasil yang sudah sesuai dengan tujuan pengukuran. Validitas instrumen pada penelitian ini diukur menggunakan aplikasi SPSS 25 dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$ . Item/pertanyaan diakui valid/sah asalkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , namun jika hasil  $r_{hitung} < r_{tabel}$  diartikan item/pertanyaan tidak valid/tidak sah (Ghozali dalam Pasaribu, 2022:72).



**Gambar 4. Flowchart Alur Penelitian**

Sedangkan untuk mengukur kuesioner/variabel maka digunakan uji reliabilitas. Penelitian ini menguji reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach's alpha*. Kuesioner dinyatakan reliabel jika skor *Cronbach's alpha* > 0,60, apabila skor *Cronbach's alpha* < 0,60 diartikan reliabilitas ditolak (Ghozali dalam Nugraha, 2021:51).

Analisis data pada penelitian ini terdiri dari beberapa pengujian, antara lain: 1) Uji normalitas dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk mengetahui sebaran skor variabel X dan Y; 2) Uji korelasi Pearson untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara kedua variabel; 3). Uji regresi linear sederhana untuk mengevaluasi dampak dari suatu variabel pada hasil tertentu (Ramadhani, 2021:286); 4) Uji koefisien determinasi untuk mengetahui intensitas kaitan antar variabel; dan 5) Uji hipotesis untuk mencari tahu ada/tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel. Gambar 4 menunjukkan alur pada penelitian ini.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyebaran kuesioner pertama kali dilakukan 25 Juli 2022 pada 30 responden, lalu dilakukan *pilot test* guna menguji kevalidan dan reliabilitas instrumen penelitian. Hasil yang diperoleh yaitu seluruh instrumen penelitian (kuesioner) dinyatakan valid dan reliabel. Kemudian dilanjutkan proses penyebaran tautan kuesioner *Google Form* secara *online* melalui Instagram *story* akun @wonosobozone, *direct message* Instagram, dan disebarluaskan melalui grup WhatsApp pada 28 Juli-1 Agustus 2022.

Penelitian ini melibatkan 100 responden sebagai sampel penelitian. Berdasarkan jenis kelamin, dapat diidentifikasi terdapat 65 responden perempuan dan 35 responden laki-laki. Jika dikelompokkan menurut usia, orang berusia 15-20 tahun berjumlah 20, responden berusia 21-30 tahun yaitu 58 orang, rentang usia 31- 40 tahun terdiri dari 5 orang, dan kelompok usia 41-50 tahun dan >50 tahun diwakili oleh 11 orang dan 6 orang. Mayoritas responden merupakan pekerja yaitu sebanyak 52 orang, dan 48 orang sisanya merupakan pelajar/mahasiswa.

### Uji Normalitas

Apabila nilai signifikansi uji normalitas metode Kolmogorov-Smirnov diatas 5% maka data dinyatakan normal. Tabel 1 menunjukkan hasil kalkulasi normalitas dari tiap variabel penelitian ini.

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,92104016
Most Extreme Differences	Absolute	0,056
	Positive	0,056
	Negative	-0,046
Test Statistic		0,056
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Hasil Olah Data Primer

Pengujian normalitas menghasilkan skor signifikansi 0,200, yang mana  $0,200 > 0,05$  sehingga dapat dinyatakan bahwa data terdistribusi normal.

### Uji Korelasi

Analisis korelasi Pearson berguna untuk melihat keterikatan antara variabel X dengan variabel Y. Adapun hasil pengujian korelasi membuktikan adanya hubungan sangat kuat antara variabel X dengan Y. Karena perolehan skor koefisien korelasi r adalah

0,826, jika diidentifikasi dengan tabel interpretasi koefisien korelasi, skor ada pada interval 0,80-1,000 dan menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat (Tabel 2).

**Tabel 2. Hasil Uji Korelasi**

Correlations			
		Konten Instagram	Kebutuhan Informasi
Konten Instagram	Pearson Correlation	1	.826**
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	100	100
Kebutuhan Informasi	Pearson Correlation	.826**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	100	100

Sumber: Hasil Olah Data Primer

### Uji Regresi Linear Sederhana

Penggunaan analisis regresi linear sederhana yaitu untuk mengevaluasi dampak dari suatu variabel dugaan pada hasil tertentu. Menurut hasil regresi linear sederhana (Tabel 3), persamaan regresi  $Y = -0,987 + 0,441 X$ . Adapun nilai konstanta ( $a = -0,987$ ) bernilai negatif, artinya jika konten Instagram (variabel X) = 0 maka akan menyebabkan turunnya kebutuhan informasi (variabel Y) sebesar 0,987. Sedangkan nilai koefisien regresi ( $b = 0,441$ ) menunjukkan adanya pengaruh dari kebutuhan informasi (variabel Y) yang bernilai positif. Sehingga, jika konten Instagram mengalami kenaikan 1%, maka menyebabkan naiknya pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 0,441. Jadi, variabel X mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Y.

**Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0,987	2,117		-0,466	0,642
	VARIABEL_X	0,441	0,030	0,826	14,515	0,000

a. Dependent Variable: VARIABEL\_Y

Sumber: Hasil Olah Data Primer

### Uji Koefisien Determinasi

Untuk menentukan intensitas hubungan konten Instagram dengan kebutuhan informasi maka digunakan analisis koefisien determinasi. Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi yang diperoleh yaitu 68,3% atau 0,683, artinya bahwa konten Instagram berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 68,3% dan faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini memiliki pengaruh 31,7%.

**Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.826 <sup>a</sup>	0,683	0,679	2,936

a. Predictors: (Constant), VARIABEL\_X

Sumber: Hasil Olah Data Primer

### Uji Hipotesis

H<sub>a</sub>: Ada pengaruh konten Instagram @wonosobozone terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* merupakan hipotesis yang penulis ajukan. Karena hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dengan perolehan hasil  $14,515 > 1,984$ , maka hasil uji hipotesis menyatakan bahwa H<sub>a</sub> diterima dan dinyatakan bahwa konten Instagram @wonosobozone terbukti berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

**Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0,987	2,117		-0,466	0,642
	VARIABEL_X	0,441	0,030	0,826	14,515	0,000

a. Dependent Variable: VARIABEL\_Y

Sumber: Hasil Olah Data Primer

### Variabel X: Konten Instagram

Pada variabel konten Instagram (X) terdapat 18 butir pertanyaan, yang menghasilkan indikator IGTV Video mendapatkan skor rata-rata tertinggi yaitu 34%. Sebanyak 82 responden memberikan jawaban sangat setuju (25 responden) dan setuju (57 responden) pada butir pertanyaan ke-12, yang menyatakan bahwa video yang diunggah dapat dilihat dan didengar secara jelas. Pertanyaan yang mendapatkan skor tinggi kedua yaitu pertanyaan butir ke-13 yang menyatakan bahwa video yang diunggah bersifat informatif. Sebanyak 25 dan 55 responden memberikan jawaban sangat setuju dan setuju. Perolehan hasil olah data memiliki konsistensi dengan hasil penelitian yang sudah pernah dilakukan oleh Putri (2020), yaitu konten akun Instagram @jktinfo berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikut. Menurut hasil penelitian Putri (2020), konten video merupakan jenis konten yang dapat memenuhi kebutuhan informasi *followers*, karena video yang diunggah bersifat informatif.

### Variabel Y: Kebutuhan Informasi

Variabel kebutuhan informasi (Y) diteliti dengan menggunakan 8 butir pertanyaan, hasil yang diperoleh yaitu indikator *current need approach* mendapatkan skor rata-rata tertinggi yaitu 27%. Hal ini diperoleh karena sebanyak 33 dan 54 responden memberikan jawaban sangat setuju dan setuju pada pertanyaan butir ke-19 yang menyatakan bahwa akun Instagram @wonosobozone selalu membagikan informasi terbaru kepada *followers*. Selain itu, *followers* sering mencari/mendapatkan informasi dari konten-konten akun Instagram @wonosobozone. Hal ini dibuktikan dengan adanya 28 dan 39 responden menjawab sangat setuju dan setuju atas pertanyaan butir ke-20 ini. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang ditulis oleh Rossza (2020), yaitu Instagram @halodoc berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan *followers*. Variabel kebutuhan informasi pada penelitian Rossza (2020), menunjukkan hasil bahwa indikator *current need approach* mendapatkan nilai rata-rata tertinggi yaitu 3,08 karena Instagram @halodoc mampu menyediakan informasi terbaru.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara konten Instagram @wonosobozone terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* sebesar 68,3%. Sedangkan sisanya merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini. Menurut hasil pengolahan data, indikator IGTV Video mendapatkan skor rata-rata tertinggi yaitu 34%, karena informasi dikemas menarik melalui video yang berkualitas dan mudah dipahami oleh *followers*. Pada variabel kebutuhan informasi, indikator *current need approach* mendapat rata-rata skor tertinggi dengan skor 27%. Karena akun Instagram @wonosobozone selalu membagikan informasi terbaru dan *followers* sering mencari serta mendapatkan informasi dari akun Instagram @wonosobozone.

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti menyarankan pengelola akun Instagram @wonosobozone untuk mengembangkan penyampaian informasi berupa konten video. Karena jika dilihat dari hasil survei, indikator konten Instagram IGTV Video mendapatkan skor tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat ketertarikan *followers* terhadap konten berupa video. Peluang ini dapat dimanfaatkan akun Instagram @wonosobozone, agar lebih maksimal untuk memenuhi kebutuhan informasi *followers* melalui unggahan video. Akun Instagram @wonosobozone sebaiknya mempertahankan

konsistensi untuk selalu memberikan informasi terbaru secara cepat dan akurat kepada *followers* karena *followers* sering mencari informasi terbaru untuk memenuhi kebutuhan informasinya di akun Instagram @wonosobozone.

## DAFTAR REFERENSI

- Ahmad. (2021). *Kebutuhan Manusia: Pengertian, Macam, Contoh dan Alat Pemuas*. Gramedia.Com. <https://www.gramedia.com/literasi/kebutuhan-manusia/>
- APJII. (2022). *Survei Profil Internet Indonesia 2022*. APJII. <https://apjii.or.id/survei>
- Azizah, L. N. (2022). *Sejarah Penemu Internet dan Perkembangannya*. Gramedia Literasi. <https://www.gramedia.com/literasi/penemu-internet/>
- Banjarnahor, A. R., Hariningsih, E., Hasyim, Putri, D. M. B., Sari, O. H., Nasution, S. P., Rismayani, Martina, S., Simarmata, H. M. P., Sahir, S. H., AUM, W. O. R., SN, A., Sudarso, A., & Simanjuntak, M. (2022). *Social Media Marketing Dan Bisnis Modern* (1st ed.). Kita Menulis.
- Chakti, A. G. (2019). *The Book of Digital Marketing* (Sobirin (ed.)). Celebes Media Perkasa.
- DataReportal. (2022). *Digital 2022: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Dewi, A. S. S., Ginting, R. T., & Resen, P. T. K. (2021). Perilaku Informasi Pengguna Instagram di Era Keterbukaan Informasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 1(1), 55–63. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/d3perpus/article/view/75010>
- FISIP UNAIR. (2020). *Faktor-Faktor Penyebab Adanya Kebutuhan Informasi*. <https://dip.fisip.unair.ac.id/faktor-faktor-penyebab-adanya-kebutuhan-informasi/>
- Green, D. D., Martinez, R., Kadja, A., & Evenson, L. (2018). In a World of Social Media: A Case Study Analysis of Instagram. *American Research Journal of Business and Management*, 4(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21694/2379-1047.18012>
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. USU Press. <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/70743>
- Jubilee Enterprise. (2021). *Instagram Untuk Bisnis, Hobi, Dan Desain Grafis*. Elex Media Komputindo.
- Kemp, S. (2022). *Digital 2022: Indonesia*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Khansa, S. D., & Putri, K. Y. S. (2021). Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca. *Jurnal InterAct*, 10(2), 24–34. <https://doi.org/https://doi.org/10.25170/interact.v10i2.3149>
- Klipfolio. (2022). *Followers Growth KPI*. <https://www.klipfolio.com/resources/kpi-examples/social-media/followers-target>
- Nabila, D., Elvaretta, O., Zahira, G., Syarief, M. A. D. Y., Saputra, M. R. W., MUlyani, U., Anggraini, W. A., Aryandanu, A. R., Firdaus, D., S, F. P., Putri, I. R., Sativa,

- O. D., Na'imah, R. N., Madu, V. V., Prakoso, D. S., Prayoga, T. R., Maulana, F. V. A., A. F. H., Andratika, J. I., ... Wulandari, E. R. P. (2020). *Peradaban Media Sosial Di Era Industri 4.0* (D. Nabila, O. Elvaretta, G. Zahira, & M. A. D. Y. Syarif (eds.)). Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
- Negara, E. S., Romindo, Tanjung, R., Heriyani, N., Simarmata, J., Jamaludin, Putra, T. A. E., Sudarmanto, E., Sudarso, A., & Purba, B. (2021). *Sistem Informasi Manajemen Bisnis* (A. Karim (ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Nugraha, J. (2021). *Pengertian Informasi beserta Jenis dan Fungsinya, Perlu Diketahui*. Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/jateng/pengertian-informasi-beserta-jenis-dan-fungsinya-perlu-diketahui-klm.html>
- Pasaribu, D. (2022). *Kajian Kritis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Mahasiswa Dalam Memilih Pembayaran Elektronik Non Bank*. CV. Global Aksara Pers.
- Putri, A. E. (2020). Pengaruh Konten Akun Instagram @jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lalu Lintas Followers. *Ikon - Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 25(2), 129–141. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKON/article/view/1230/996>
- Qonaati, A. F. (2021). Pemenuhan Kebutuhan Informasi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Tingkat Kepuasan Pengikut Akun @isj11jateng. *The Commercium*, 4(3), 149–157. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/43298>
- Ramadhana, D. R., & Malau, R. M. U. (2021). Efektivitas Penggunaan Akun Instagram @soalpalu Terhadap Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Palu. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 6766–6778. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16674>
- Ramadhani, R. (2021). *Statistika Penelitian Pendidikan: Analisis Perhitungan Matematis Dan Aplikasi SPSS*. Prenada Media.
- Ratminto, Shabrina, F., Yusuf, R. R., Laksana, L. U. A., Wahyuni, S., & Apriyanti, S. (2017). *Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan dari A sampai Z*. Gadjah Mada University Press.
- Rodin, R. (2021). *Informasi Dalam Konteks Sosial Budaya* (S. Nurachma (ed.)). Rajawali Pers.
- Rossza, D. A. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram @halodoc Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Followers. *Jurnal UNRI JOM FISIP*, 7(1).
- Subandono, J. (2022). *Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Non Tes*. Lakeisha.
- Sugiarto, M. (2018). *Instagrammarketing*. PT Pengembang Lintas Pengetahuan.
- wonosobozone.com. (n.d.). *Tentang Wonosobozone.com*. <https://www.wonosobozone.com/about-us>