

**EFEKTIVITAS KONTEN DAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @BALIKPAPAN KU TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN
INFORMASI *FOLLOWERS* DI BALIKPAPAN**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

**Diajukan oleh
FALDA DESTHANIA
18321187**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**EFEKTIVITAS KONTEN DAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @BALIKPAPANKU TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN
INFORMASI *FOLLOWERS* DI BALIKPAPAN**



Disusun oleh:
Falda Desthania
18321187

Telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk diajukan
dan dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi

Tanggal : 18 Agustus 2022

Dosen Pembimbing Skripsi,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Puji Harivanti', is written over a background of faint Arabic calligraphy.

Puji Harivanti, S. Sos., M.I.Kom

NIDN 0529098201

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**EFEKTIVITAS KONTEN DAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @BALIKPAPANKU TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN
INFORMASI *FOLLOWERS* DI BALIKPAPAN**



1. Ketua : Puji Hariyanti S.Sos., M.I.Kom
NIDN : 0529098201
2. Anggota : Drs. Ahmad Muntaha., M.Si
NIDN : 0527056401

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia



Puji Hariyanti, S. Sos., M.I.Kom

NIDN 0529098201

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmannirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Falda Desthania

Nomor Mahasiswa : 18321187

Judul Skripsi : Efektivitas Konten dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram @Balikpapanku terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers di Balikpapan

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setujui dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 09 Agustus 2022

Yang menyatakan



Falda Desthania

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya”

(Q.S. Al-Baqarah: 286)

“Carpe diem, quam minimum credula postero”

[Seize the day, trusting as little as possible in the next one]

(Horace)

“Those who keep trying without giving up are the ones who succeed.”

(Kim Seokjin)

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada:

1. Alm. Papah dan mama saya tercinta yang senantiasa selalu memberikan doa dan dukungannya dalam setiap langkah yang saya ambil.
2. Kedua kakak saya yang terus memotivasi dan memberikan kekuatan untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Serta seluruh kerabat dan sahabat tersayang yang selalu menemani dan mendukung saya hingga terselesaikannya skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT yang memberikan limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Efektivitas Konten dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* di Balikpapan”. Karya ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata S1 Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Selama penyusunan skripsi, penulis menyadari jika masih banyak kekurangan yang terdapat pada skripsi ini dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis saat pengerjaan dari segi bahasa yang digunakan serta teknik penyajiannya. Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan arahan yang diberikan mengingat keterbatasan penulis serta motivasi dan dukungan dari orang-orang di berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Ibu Puji Hariyanti S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang memberikan ilmu dan waktunya serta membimbing saya dengan baik dan penuh ketulusan dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Segenap dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia yang memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama masa perkuliahan serta seluruh staff dan karyawan Prodi Ilmu Komunikasi yang memberikan bantuan dan informasi-informasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Alm. Papah saya yang meskipun tidak dapat melihat skripsi ini dan hanya dapat memanjatkan doa kepada beliau. Terima kasih telah memberikan kasih sayang yang melimpah, mendukung hal yang saya lakukan dan mendidik saya serta memberikan doa-doa semasa hidupnya.
4. Mamah saya yang senantiasa mendoakan saya tanpa henti, memberikan kasih sayang, perhatian, dukungan serta bantuan moril serta materiil hingga saya bisa mendapatkan gelar sarjana seperti yang diharapkan.
5. Kedua kakak saya, Kakak Ita dan Kakak Dila yang terus mendoakan, memotivasi serta memberikan semangat dan perhatiannya hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Sepupu saya, Edria dan Talitha yang telah memberikan perhatian, menemani dan mengajak saya bepergian ke tempat-tempat baru.
7. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
8. Sintong Mangaraja Sidabalok yang senantiasa menemani saya dalam suka maupun duka saat mengerjakan skripsi, memberikan perhatian, semangat, dukungan, serta sabar mendengarkan keluh kesah saya.
9. Sahabat saya, Adis, Reva, Della, Risti, Wandari, Asti, Salma, Khofifah, Alipy, dan Tees yang selalu memberikan *support*, bersedia mendengarkan curhatan dan keluh kesah saya serta meluangkan waktu untuk menemani dalam mengerjakan skripsi dan liburan untuk menghilangkan stress.
10. Teman sekolah, Wahyu, Fuadi, Rama, Ichwan, Ici, dan Juan yang memberikan dukungan dan menemani saya mengerjakan skripsi serta jalan-jalan dikala jenuh.
11. Sahabat seperjuangan saya, Devina, Icha, Atikah, Dhiyaa, Ceme, Lensa, Indri, Santy, Hana, Anggita, Avik, Bila, Janah, yang menemani dan memberikan warna pada kehidupan perkuliahan saya dan terus membantu serta memberikan semangat dikala susah.
12. Teman-teman HIMAKOM 2021/2022 serta Angkatan 2018 Ilmu Komunikasi yang telah berjuang bersama dan memberikan cerita pada hidup saya semasa perkuliahan.
13. Seluruh kerabat dan pihak terkait yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis sadar jika masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki pada skripsi ini. Sehingga, penulis berharap dapat menerima masukan, kritikan serta saran dari seluruh pihak yang membangun demi meningkatkan kualitas skripsi ini. Semoga skripsi yang disusun dapat membawa manfaat bagi seluruh pembaca yang ingin menjadikan ini sebagai penelitian selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 09 Agustus 2022



Falda Desthania

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	8
F. Kerangka Teori	11
G. Kerangka Pikir	17
H. Hipotesis	17
I. Definisi Konseptual dan Operasional	18
J. Metode Penelitian	19
BAB II	25
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	25
A. Deskripsi Akun Instagram Balikpapanku	25
B. Klasifikasi Konten	26
BAB III	33
TEMUAN HASIL PENELITIAN	33
A. Identitas Responden	33
B. Variabel Efektivitas Konten	35
C. Kategori Variabel Efektivitas Konten (X ₁)	47
D. Variabel Intensitas Penggunaan Sosial Media Instagram	48

E. Kategori Variabel Intensitas Penggunaan Sosial Media Instagram (X_2)	55
F. Variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi	57
G. Kategori Variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y_1)	66
H. Tabulasi Silang	67
BAB IV	70
HASIL DAN PEMBAHASAN	70
A. Uji Validitas dan Reliabilitas	70
B. Uji Asumsi Klasik	73
C. Uji Koefisien Korelasi	75
D. Analisis Regresi Linear Berganda	76
E. Uji Hipotesis	80
F. Efektivitas Konten Akun @balikpapanku terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Followers</i> di Balikpapan	82
G. Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Akun @balikpapanku terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Followers</i> di Balikpapan	84
H. Pengaruh Efektivitas Konten dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Akun @balikpapanku terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Followers</i> di Balikpapan	86
BAB V	89
PENUTUP	89
A. Kesimpulan	89
B. Keterbatasan Penelitian	90
C. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data <i>Followers</i> Akun Instagram Mengenai Informasi Kota Balikpapan.....	2
Tabel 2.1 Jumlah Postingan Akun Instagram Balikpapanku Tahun 2021.....	27
Tabel 3.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel 3.2 Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 3.3 Persebaran Perentase Responden mengenai Penyajian Informasi yang Dapat Dipercaya oleh Akun Balikpapanku.....	35
Tabel 3.4 Persebaran Persentase Responden mengenai Keberagaman Isi Konten Akun Balikpapanku.....	36
Tabel 3.5 Persebaran Persentase Responden mengenai Penyajian Konten secara Faktual.....	37
Tabel 3.6 Persebaran Persentase Responden mengenai Manfaat Informasi yang Disediakan oleh Balikpapanku.....	38
Tabel 3.7 Perolehan Persentase Responden mengenai Informasi Balikpapanku yang Dapat Menjangkau Semua Kalangan Usia.....	39
Tabel 3.8 Perolehan Persentase Responden mengenai Kejelasan Informasi yang Diberikan oleh Balikpapanku.....	40
Tabel 3.9 Perolehan Persentase Responden mengenai Pemahaman Informasi dengan Baik.....	41
Tabel 3.10 Perolehan Persentase Responden mengenai Informasi Balikpapanku dalam Membantu Followers Mengetahui Peristiwa di Kota Balikpapan.....	42
Tabel 3.11 Perolehan Persentase Responden mengenai Kerjasama Balikpapanku dan Followers dalam Mengumpulkan Informasi Terkini Seputar Kota Balikpapan.....	43
Tabel 3.12 Perolehan Persentase Responden mengenai Balikpapanku dapat Membantu Followers Memberitakan Info Kehilangan.....	44
Tabel 3.13 Perolehan Persentase Responden mengenai Interaksi Balikpapan pada Followers.....	45
Tabel 3.14 Perolehan Persentase Responden mengenai Konten Hiburan yang Disajikan oleh Balikpapanku.....	46
Tabel 3.15 Persentase Skor Responden Berdasarkan Efektivitas Konten.....	47

Tabel 3.16 Perolehan Persentase Responden mengenai Sering Melihat Konten Instagram Balikpapanku.....	48
Tabel 3.17 Perolehan Persentase Responden mengenai Sering Mencari Informasi Kota Balikpapan lewat Akun Balikpapanku.....	49
Tabel 3.18 Perolehan Persentase Responden mengenai Membaca <i>Postingan</i> Akun Balikpapanku Setiap Hari.....	50
Tabel 3.19 Perolehan Persentase Responden mengenai Pengecekan Akun Balikpapanku untuk Melihat Berita Terbaru Setiap Hari.....	51
Tabel 3.20 Perolehan Persentase Responden mengenai Akses Akun Balikpapanku Kurang Dari 10 Menit.....	52
Tabel 3.21 Perolehan Persentase Responden mengenai Akses Akun Balikpapanku Lebih Dari 10 Menit	52
Tabel 3.22 Perolehan Persentase Responden mengenai Konten yang Disajikan oleh Balikpapanku Menarik.....	53
Tabel 3.23 Perolehan Persentase Responden mengenai Ketertarikan terhadap Konten Balikpapanku yang Informatif.....	54
Tabel 3.24 Perolehan Persentase Responden mengenai Ketertarikan terhadap Konten Balikpapanku yang Menghibur.....	55
Tabel 3.25 Persentase Skor Responden Berdasarkan Variabel.....	56
Tabel 3.26 Perolehan Persentase Responden dalam Penyediaan Informasi Terbaru.....	57
Tabel 3.27 Perolehan Persentase Responden yang Lebih <i>Update</i> mengenai Informasi di Kota Balikpapan.....	58
Tabel 3.28 Perolehan Persentase Responden yang Mendapatkan Wawasan Baru.....	59
Tabel 3.29 Perolehan Persentase Responden mengenai Kecepatan Informasi yang Disajikan Balikpapanku dari Akun Lain yang Serupa.....	60
Tabel 3.30 Perolehan Persentase Responden mengenai Akses Informasi Balikpapanku Setiap Hari Guna Memenuhi Kebutuhan Informasi <i>Followers</i>	61
Tabel 3.31 Perolehan Persentase Responden mengenai Balikpapanku yang Aktif <i>Upload</i> Konten Setiap Hari.....	61
Tabel 3.32 Perolehan Persentase Responden yang Mendapatkan Informasi Secara Rutin...	62
Tabel 3.33 Perolehan Persentase Responden yang Mendapatkan Informasi Secara Lengkap dan Detail.....	63
Tabel 3.34 Perolehan Persentase Responden Mendapatkan Informasi yang Relevan.....	64

Tabel 3.35 Perolehan Persentase Responden yang Mendapatkan Informasi dengan Lengkap mengenai Suatu Peristiwa.....	64
Tabel 3.36 Perolehan Persentase Responden Mendapatkan Informasi yang Ringkas sesuai dengan Kebutuhan Informasinya.....	65
Tabel 3.37 Persentase Skor Responden Berdasarkan Variabel.....	67
Tabel 3.38 Tabulasi Silang antara Efektivitas Konten (X_1) dengan.....	68
Tabel 3.39 Tabulasi Silang antara Intensitas Penggunaan Media Sosial (X_2) dengan.....	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rata-Rata Waktu Harian yang Dhabiskan di Media Sosial.....	1
Gambar 1.2 Variasi Konten Akun Instagram @balikpapanku.....	3
Gambar 1.3 Contoh Konten @balikpapanku.....	3
Gambar 1.4 Contoh Konten Interaksi @balikpapanku Dengan <i>Followers</i>	4
Gambar 1.5 Peringkat Media Sosial Berdasarkan Waktu Penggunaan.....	5
Gambar 2.1 Logo Balikpapanku.....	25
Gambar 2.2 Profil Akun Instagram @balikpapanku.....	26
Gambar 2.3 Contoh Konten Informasi Terkini Kota Balikpapan.....	28
Gambar 2.4 Konten Informasi Peristiwa di Kota Balikpapan.....	29
Gambar 2.5 Konten Hiburan Balikpapanku.....	30
Gambar 2.6 Komentar <i>Followers</i> di Salah Satu Konten Hiburan Balikpapanku.....	31
Gambar 2.7 Interaksi yang dilakukan oleh Balikpapanku.....	32



ABSTRAK

Falda Desthania. 18321187 (2022). Efektivitas Konten dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram @Balikpapanku terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers di Balikpapan. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia.

Penggunaan media sosial Instagram saat ini tidak hanya digunakan untuk membagikan foto dan video, kini pengguna media juga memanfaatkan Instagram sebagai wadah membagikan digitalisasi berita untuk memenuhi kebutuhan informasi seseorang. Akun Instagram balikpapanku merupakan salah satu akun yang membagikan digitalisasi berita di Instagram dan menyebarkan informasi seputar Kota Balikpapan. Beragam konten disajikan guna memberikan informasi yang dibutuhkan. Penggunaan media sosial kini telah melekat dalam kehidupan manusia sehingga intensitas penggunaannya juga mempengaruhi faktor seseorang dalam mencari informasi. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh keefektivitas konten dan intensitas penggunaan media sosial Instagram balikpapanku terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanasi survey. Pengumpulan data dilakukan secara daring dengan menyebarkan kuesioner dan dibagikan kepada responden penelitian. Populasi yang diambil berasal dari *followers* akun balikpapanku dan didapatkan sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengolahan data dilakukan menggunakan aplikasi SPSS untuk mendapatkan hasil dari uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, korelasi, analisis regresi linier, koefisien determinasi serta hasil dari uji T dan uji F. Penelitian ini menggunakan teori penggunaan media sosial, kebutuhan informasi dan teori *uses and gratification*.

Hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa ketiga hipotesis yang diuji ini diterima. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel efektivitas konten dan intensitas penggunaan media sosial Instagram yang simultan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* pada akun balikpapanku. Pengolahan data dibuktikan dari hasil nilai f hitung sebesar 101,748 dengan signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan besaran pengaruhnya yaitu 67,7%. Secara parsial, besar pengaruh efektivitas konten terhadap kebutuhan informasi *followers* sebesar 63,6% dengan nilai t hitung sebesar 7,602 dan signifikansi 0,000. Kemudian hasil pengaruh intensitas penggunaan media sosial Instagram menunjukkan nilai sebesar 48,5% dengan nilai t hitung sebanyak 3,528 dan signifikansinya 0,001 ($0,001 < 0,05$).

Kata kunci: Instagram, media sosial, efektivitas konten, intensitas, kebutuhan informasi

ABSTRACT

Falda Desthania. 18321187 (2022). Efektivitas Konten dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram @Balikpapanku terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers di Balikpapan. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia.

The use of Instagram social media is currently not only used to share photos and videos, now media users also use Instagram as a place to share news digitization to meet one's information needs. Balikpapanku's Instagram account is an account that shares news digitization on Instagram and distributes information about Balikpapan City. A variety of content is presented to provide the information needed. The use of social media has now been embedded in human life so that the intensity of its use also affects a person's factor in finding information. Based on this, this research was conducted with the aim of knowing the impact of content effectiveness and the intensity of using balikpapanku's social media account to fulfill followers' information needs.

The type of research used is quantitative research with an explanatory survey approach. Data was collected online by distributing questionnaires and distributed to research respondents. The population was taken from followers on balikpapanku's account and obtained a sample of 100 respondents using purposive sampling technique. Data processing was carried out using the SPSS application to get the results of the validity, reliability, classical assumption test, correlation, linear regression analysis, coefficient of determination and the results of the T test and F test. This study uses the theory of social media use, information needs and uses and gratification theory.

The results obtained indicate that the three hypotheses tested are accepted. There is a positive and significant effect of the content effectiveness variable and the intensity of social media Instagram which simultaneously to the information needs of followers on the balikpapanku's account. Data processing is proven from the calculated f value of 101.748 with a significance of 0.000 ($0.000 < 0.05$) and the magnitude of the effect is 67.7%. Partially, the effect of content effectiveness on followers' information needs is 63.6% with a t-count value of 7.602 and a significance of 0.000. Then the results of the influence of the intensity of using Instagram social media show a value of 48.5% with a t-count value of 3.528 and a significance of 0.001 ($0.001 < 0.05$).

Keywords: Instagram, sosial media, content effectiveness, intensity, information needs

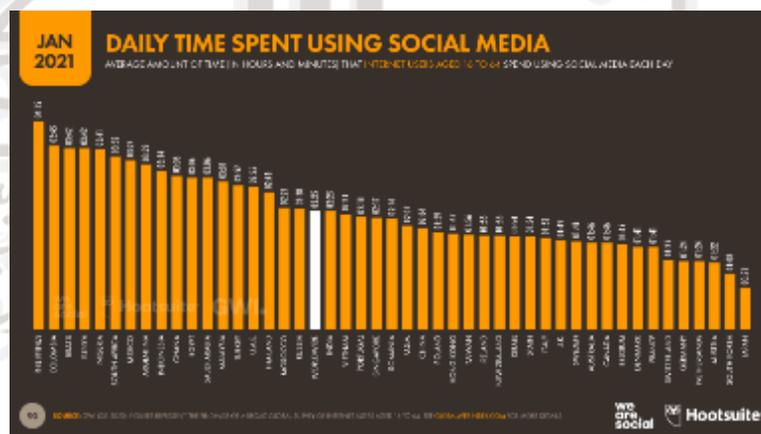
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemunculan internet saat ini mengembangkan hal-hal baru seperti media sosial. Media sosial dengan mudah diakses melalui gadget yang terhubung internet. Media sosial mempermudah pertukaran dan menyebarkan informasi dari individu ke individu lainnya dengan cepat. Dengan kecepatan serta kemudahan yang diberikan mampu menarik perhatian masyarakat untuk menggunakannya sehingga nampak akan menggeser peran yang telah dikerjakan oleh media konvensional dalam penyebaran informasi. Media konvensional atau media lama tidak menghilang begitu saja, namun sifat dan karakteristik media lama yang telah terkenal di kalangan masyarakat mulai melebur dalam media baru (Watie, 2016).

Berdasarkan data yang disurvei oleh We Are Social, masyarakat Indonesia yang menjadi pengguna aktif di media sosial jumlahnya meningkat 6,3 persen dan mencapai 170 jt orang dari tahun 2020 lalu dengan kenaikan lebih dari 10 juta orang. Riset juga menunjukkan bahwa di Indonesia, pemakaian media sosial rata-rata durasinya selama 3 jam 14 menit yang mana juga mengalami kenaikan dari tahun 2020 dengan rata-rata 2 jam 24 menit (We Are Social, 2021).



dibagikan oleh seseorang serta menambahkan efek filter yang beragam dan mengedit foto-foto mereka sesuai kehendaknya. Namun saat ini, banyak pengguna yang memanfaatkan Instagram untuk kegunaan lain, bukan hanya sekedar untuk mengunggah foto dan video, banyak pengguna yang memberikan informasi berupa berita melalui Instagram saat ini. Membeli koran atau melihat portal berita di web maupun blog tidak diperlukan lagi karena banyak akun di Instagram mengunggah berita-berita yang diinginkan para penggunanya.

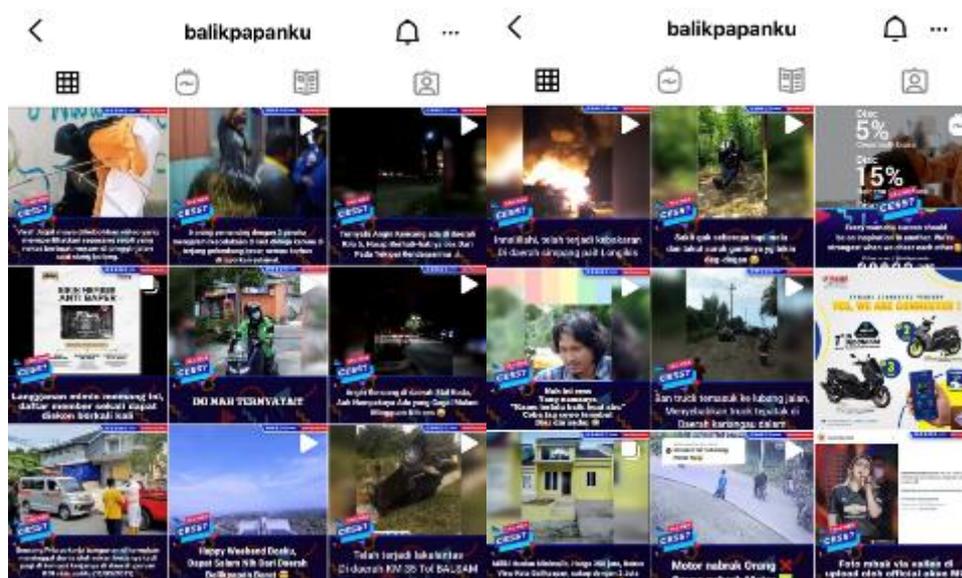
Akun balikpapanku merupakan salah satu wadah yang membagikan digitalisasi berita di Instagram. Akun yang telah dibuat sejak tahun 2011 tersebut menyebarkan informasi seputar Kota Balikpapan. Selain berita seputar Kota Balikpapan, akun tersebut juga mengunggah konten yang bervariasi, seperti informasi terkini yang terjadi di kota, hiburan, info lalu lintas, dan sebagainya. Akun balikpapanku memiliki pengikut terbanyak dibandingkan akun lain yang menyajikan berita serupa seputar Kota Balikpapan. Berikut perbandingan jumlah *followers* akun Instagram yang menginformasikan seputar Kota Balikpapan yang serupa:

Tabel 1.1 Data *Followers* Akun Instagram Mengenai Informasi Kota Balikpapan

No.	Nama Akun Instagram	Jumlah <i>Followers</i>
1.	@balikpapanku	402.105
2.	@portalbalikpapan	262.772
3.	@info_balikpapan	243.801
4.	@inibalikpapanbosku	134.104
5.	@lintas_balikpapan	115.091

Sumber: (Data olahan peneliti, 2021)

Bisa dilihat dari tabel 1.1 akun Instagram @balikpapanku memiliki *followers* terbanyak diantara akun lainnya yang serupa. Sehingga dapat dikatakan sebagian besar pengguna media sosial lebih percaya dan tertarik mengikuti akun @balikpapanku untuk mencari informasi seputar Kota Balikpapan.



Gambar 1.2 Variasi Konten Akun Instagram @balikpapanku

Dari gambar 1.2 terlihat bahwa akun Instagram @balikpapanku aktif memposting konten yang variatif dimana isinya terdapat berita fenomena yang faktual dan aktual, situasi terkini, info lalu lintas, hingga hiburan. Dengan adanya akun @balikpapanku yang aktif memberitakan situasi terkini yang terjadi di Kota Balikpapan seperti banjir dan kebakaran, sehingga masyarakat dapat lebih siaga dan berhati-hati saat ada bencana atau kejadian yang terjadi di suatu daerah. Akun ini juga seringkali mengabarkan info lalu lintas terkini dimana adanya kecelakaan dan kemacetan yang sedang terjadi. Akun @balikpapanku juga membantu *followers*-nya untuk menginformasikan info kehilangan barang seperti dompet, motor, dan sebagainya.



Gambar 1.3 Contoh Konten @balikpapanku

Informasi yang diberikan akun @balikpapanku tidak hanya bervariasi tetapi juga bahasa yang digunakan merupakan bahasa khas daerah Balikpapan, sehingga orang-orang yang membacanya mudah mengerti dan tidak terkesan terlalu baku. Biasanya foto dan video mengenai kejadian yang sedang terjadi didapatkan dari para *followers* akun @balikpapanku yang dikirim melalui fitur *direct message*, sehingga *followers* lain yang belum mengetahui kejadian yang tengah terjadi dapat lebih berhati-hati.



Sumber: Instagram @balikpapanku

Gambar 1.4 Contoh Konten Interaksi @balikpapanku Dengan *Followers*

Dari yang terlihat bahwa akun @balikpapanku dibuat di media sosial untuk menyampaikan informasi kepada *followers*-nya mengenai kejadian di Kota Balikpapan. Akun ini menyediakan informasi di Instagram yang ditujukan kepada warga Balikpapan agar memperoleh informasi seputar Kota Balikpapan dan dapat dilihat setiap saat oleh siapapun. Hal ini menyesuaikan keperluan pengguna media dalam memperoleh informasi secara mudah dan cepat. Kini mendapat informasi secara cepat menjadi hal penting yang diperlukan bagi pengguna media, dimana informasi mempunyai peran yang penting dalam pemenuhan kebutuhan dan mencapai suatu tujuan.

Peran akun @balikpapanku sebagai komunikator dan *followers* akun Instagram @balikpapanku sebagai komunikan. Pesan yang dibagikan harus faktual dan jelas agar *followers* dapat memahami pesan yang disampaikan, maka komunikasi akan berjalan dengan efektif. Pesan harus jelas agar tidak terjadi multi-interpretasi. *Followers* pasti mencari informasi dengan akurat, jelas dan cepat. Dengan melihat pemahaman tersebut, akun @balikpapanku menggunakan bahasa yang santai dan sering digunakan sehari-hari, sehingga *followers* dapat memahami pesan yang disampaikan dengan mudah.

Akun @balikpapanaku terlihat sering bertukar pendapat dan aktif berinteraksi dengan *followers* nya. Dengan begitu, komunikasi yang tercipta akan menjalin hubungan sosial yang baik. Akun ini memperbarui informasinya secara rutin. Setiap harinya akan selalu ada *update*-an terbaru. Para *followers* dapat terus memantau informasi terkini yang dibagikan di akun tersebut tanpa merasa tertinggal dengan informasi baru.



(Sumber: We Are Social, 2021)

Gambar 1.5 Peringkat Media Sosial Berdasarkan Waktu Penggunaan

Media sosial Instagram telah menjadi aplikasi jejaring sosial favorit di berbagai kalangan. Di Indonesia, Instagram menempati peringkat ketiga jika dihitung dari waktu kumulatif yang dihabiskan di aplikasi tersebut. Rata-rata waktu yang dihabiskan pengguna mencapai 17 jam per bulan (We Are Social, 2021). Dengan kata lain, Instagram masih sangat digemari oleh penggunanya dan senang menghabiskan waktu di aplikasi tersebut. Melihat hal ini memungkinkan koneksi yang ditimbulkan dari intensitas penggunaan media sosial Instagram yang memicu *followers* akun @balikpapanaku untuk memilih melihat dan memercayai berita yang dibagikan di Instagram daripada media lainnya.

Manusia membutuhkan informasi untuk bertahan hidup dan memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan informasi khususnya berasal dari kesenjangan antara pengetahuan manusia yang diketahui dan kebutuhan yang perlu dipenuhi. Individu biasanya saat ingin memenuhi informasi yang diinginkan perlu mencari sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka. Seiring perkembangan jaman, maka kebutuhan informasi semakin besar karena kita perlu menyesuaikan diri di dunia ini, termasuk

dunia digital. Perolehan informasi di masa kini sangat mudah diakses, kita hanya perlu memilih sumber informasi yang sesuai dengan minat dan ketertarikan kita. Dengan menggunakan teori *uses and gratification*, dimana asumsi dari teori tersebut adalah bagaimana media dapat memenuhi kebutuhan khalayak atau pengguna media dan mencapai tujuan yang diinginkan.

Akun Instagram @balikpapanku menggunakan media sosial Instagram untuk berbagi pemberitaan seputar Kota Balikpapan dengan mudah. Melalui kemudahan akses yang didapatkan menjadikan pilihan pengguna untuk mengikuti akun tersebut. Sekitar 400 ribu akun telah mem-*follow* akun tersebut yang berarti mereka mempercayai informasi yang dibagikan oleh akun @balikpapanku. Belum pernah ada yang meneliti akun-akun mengenai digitalisasi media di Kota Balikpapan. Penelitian ini difokuskan kepada masyarakat Kota Balikpapan yang ingin mencari informasi yang dibutuhkan. Ini merupakan suatu kebaruan yang dapat diambil oleh peneliti saat menentukan judul yang akan diteliti. Sehingga peneliti ingin melihat lebih jauh apakah ada pengaruh antara konten dan intensitas dengan kebutuhan informasi *followers*. Peneliti pun tertarik untuk membuktikan variabel-variabel yang telah dijelaskan.

Dari latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti ingin melihat pengaruh “Efektivitas konten dan intensitas penggunaan media sosial instagram @balikpapanku terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* di Balikpapan”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijabarkan, maka perumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Seberapa efektif konten akun Instagram @balikpapanku dalam pemenuhan kebutuhan informasi *followers* di Balikpapan?
2. Seberapa besar pengaruh intensitas penggunaan media sosial akun Instagram @balikpapanku terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* di Balikpapan?
3. Seberapa besar keefektifan konten dan pengaruh intensitas penggunaan akun Instagram @balikpapanku terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* di Balikpapan?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dijabarkan diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis keefektifan konten akun Instagram @balikpapanku dalam memenuhi kebutuhan informasi *followers* di Balikpapan.
2. Untuk menganalisis besaran pengaruh intensitas penggunaan media sosial akun Instagram @balikpapanku terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* di Balikpapan.
3. Untuk menganalisis keefektifan konten dan besaran pengaruh intensitas penggunaan media sosial akun Instagram @balikpapanku terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* di Balikpapan.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan, pengetahuan, terutama mengenai media sosial khususnya Instagram yang dapat berperan sebagai pemenuhan informasi.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan referensi bagi penelitian serupa di masa mendatang, terutama mengenai efektivitas konten dan intensitas penggunaan media sosial instagram.

b. Manfaat Praktis

1. Bermanfaat bagi akun Instagram @balikpapanku sebagai bahan evaluasi dan masukan dalam mengelola konten serta mengetahui minat isi berita *followers*-nya.
2. Bagi masyarakat, harapannya penelitian ini mampu memberikan pengetahuan mengenai kemudahan Instagram dalam memenuhi kebutuhan informasi, sehingga masyarakat lebih mudah mencari informasi yang dibutuhkan.

E. Tinjauan Pustaka

a. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian pertama disusun oleh Siti Nurbaiti Fauziyyah pada tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*”.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari efektivitas akun Instagram @infobandungraya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Teori yang digunakan pada penelitian ini ada dua yaitu teori efektivitas dan teori kebutuhan informasi. Hasil yang didapatkan penelitian ini yaitu adanya pengaruh sebanyak 55,95% pada efektivitas akun @infobandungraya dari faktor-faktor pendukung lainnya.

Perbedaan dengan penelitian yang akan disusun adalah penelitian terdahulu ini hanya menguji satu variabel bebas (X) yaitu Efektivitas Media Sosial terhadap variabel terikat (Y) yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Sedangkan penelitian yang akan disusun memiliki dua variabel bebas (X) yang akan diuji yaitu Efektivitas Konten dan Pengaruh Intensitas Penggunaan Akun Instagram terhadap variabel terikat (Y) yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Selain itu, terdapat perbedaan pada teori yang digunakan dimana penelitian ini menggunakan dua teori yaitu teori efektivitas dan teori kebutuhan informasi sedangkan penelitian yang akan disusun menggunakan teori *Uses and Gratification* dan teori kebutuhan informasi.

2. Penelitian kedua disusun oleh Dian Mustika Ramadhani H. Djafar pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*”.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Teori yang digunakan menggunakan teori *Uses and Gratification*. Hasil yang didapatkan di penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas Penggunaan Media Sosial memberi pengaruh positif sebesar 59,8% yang signifikan terhadap variabel terikat Kebutuhan Informasi dan sisa 40,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Perbedaan dengan penelitian yang akan disusun adalah penelitian terdahulu ini hanya menguji satu variabel bebas (X) yaitu Penggunaan Media Sosial terhadap variabel terikat (Y) yaitu Kebutuhan Informasi. Sedangkan penelitian yang akan disusun memiliki dua variabel bebas (X) yang akan diuji yaitu Efektivitas Konten dan Pengaruh Intensitas Penggunaan Akun Instagram terhadap variabel terikat (Y) yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi.

3. Penelitian ketiga yaitu “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*” yang disusun oleh Farid Rusdi pada tahun 2018.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan akun instagram @jktinfo terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori komunikasi massa, media baru, *uses and gratification*, penggunaan media sosial, Instagram dan kebutuhan informasi. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas (X), yaitu Penggunaan Media Sosial Instagram terbukti memiliki pengaruh kuat terhadap variabel terikat (Y), yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Diketahui juga semakin tinggi penggunaan media sosial Instagram akun @jktinfo, maka pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *follower* juga semakin tinggi.

Perbedaan dengan penelitian yang akan disusun adalah penelitian terdahulu ini hanya menguji satu variabel bebas (X) yaitu Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap variabel terikat (Y) yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Sedangkan penelitian yang akan disusun memiliki dua variabel bebas (X) yang akan diuji yaitu Efektivitas Konten dan Pengaruh Intensitas Penggunaan Akun Instagram terhadap variabel terikat (Y) yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Selain itu, teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori komunikasi massa, media baru, *uses and gratification*, penggunaan media sosia, Instagram, dan kebutuhan informasi sedangkan penelitian yang akan disusun menggunakan teori *uses and gratification*.

4. Penelitian keempat berjudul “Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @palembangterkini Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* di Kota Palembang” yang disusun oleh Dea Indriani Lubis pada tahun 2019.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui penggunaan akun media sosial instagram @palembangterkini dalam pemenuhan kebutuhan informasi *followers* di Kota Palembang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Teori yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification*. Hasil yang didapatkan yaitu pengaruh variabel bebas (X), yaitu Penggunaan Media Sosial Instagram sangat baik terhadap variabel terikat (Y), yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi.

Perbedaan dengan penelitian yang akan disusun adalah penelitian terdahulu ini hanya menguji satu variabel bebas (X) yaitu Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap variabel terikat (Y) yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Sedangkan penelitian yang akan disusun memiliki dua variabel bebas (X) yang akan diuji yaitu Efektivitas Konten dan Pengaruh Intensitas Penggunaan Akun Instagram terhadap variabel terikat (Y) yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Selain itu, teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification* sedangkan penelitian yang akan disusun menggunakan teori *uses and gratification*.

5. Penelitian kelima dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*” yang disusun oleh Agnes Pertiwi pada tahun 2021.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial Instagram @humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* dan mengetahui perbedaan *followers* laki-laki dan perempuan dalam penggunaan media sosial serta kebutuhan informasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan paradigma positivisme. Hasil dari penelitian terdahulu ini yaitu penggunaan media sosial Instagram @humasbdg menunjukkan pengaruh yang signifikan positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Perbedaan dengan penelitian yang akan disusun adalah penelitian terdahulu ini hanya menguji satu variabel bebas (X) yaitu penggunaan media sosial terhadap variabel terikat (Y) yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Sedangkan penelitian yang akan disusun memiliki dua variabel bebas (X) yang akan diuji yaitu Efektivitas Konten dan Pengaruh Intensitas Penggunaan

Akun Instagram terhadap variabel terikat (Y) yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi.

Dari penelitian terdahulu yang didapatkan, hampir semua hanya menggunakan satu variabel bebas dimana tiga penelitian hanya meneliti variabel mengenai penggunaan akun Instagram dan dua lainnya meneliti terkait efektivitas akun Instagram tersebut. Sehingga, peneliti ingin menelusuri dua variabel bebas dimana lebih berfokus pada efektivitas konten dan intensitas penggunaan akun Instagram tersebut. Penelitian-penelitian terdahulu ini juga memakai teori yang berbeda-beda.

F. Kerangka Teori

a. Media Sosial

Menurut tata bahasa, pengertian media sosial berasal dari kata sosial yang artinya interaksi atau kemasyarakatan dan media merupakan suatu wadah dari sosial tersebut. Ada beberapa definisi media sosial yang dikemukakan oleh para ahli. Media sosial menurut Mandibergh (dalam Nasrullah, 2015:11) merupakan media yang saling bekerja sama dengan para penggunanya dan menciptakan konten (*user generated content*). Kemudian Van Dijk mengatakan bahwa media sosial merupakan suatu aplikasi berbasis digital yang berfokus pada kehadiran pengguna dan memberikan fasilitas saat melakukan kegiatan. Sama halnya dengan pendapat Mieke dan Young yaitu media sosial merupakan perpaduan antar komunikasi pribadi yang mana saling berbagi satu sama lain antar individu (*to be shared one to one*) dengan media publik dengan orang-orang tanpa ada kekhususan pribadi. Dapat disimpulkan dari pemahaman para ahli, Nasrullah (2015:11) menarik kesimpulan bahwa media sosial adalah platform media dimana pengguna dapat berinteraksi dan berbagi konten dengan pengguna lain.

Media sosial merepresentasikan lonjakan perubahan pada masa modern dengan memberikan kemudahan berinteraksi yang tidak terbatas. Sehingga penggunaan media sosial kini menyatu pada bagian dari kebutuhan masyarakat yang hidup di jaman modern. Menurut Chris Heuer, dalam penggunaan media sosial ada komponen 4C (dalam Solis, 2011:263) yaitu:

1. *Context*: Bagaimana cara membentuk pesan yang menjadi menarik kepada khalayak.
2. *Communication*: Bagaimana menyampaikan pesan atau informasi dengan berbagai cara sehingga dapat tersampaikan tepat sasaran.

3. *Collaboration*: Menjalin kerjasama antar pengguna sehingga penyampaian pesan dapat berjalan dengan efektif serta efisien.
4. *Connection*: Menjaga hubungan yang telah terjalin dan terpelihara secara terus-menerus antar pengguna.

Isi media sosial disebut juga sebagai konten (*user generated content*). Definisi konten yang diambil dari Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan informasi yang diperoleh melalui media atau produk elektronik. Isi media yang banyak dijumpai merupakan konten yang dibuat untuk memberikan informasi terkait hal yang ingin disampaikan. Bentuk konten yang dibagikan melalui media ada dalam berbagai jenis seperti teks, video, foto digital, blog, dan beragam jenis konten lain yang dibuat oleh para pengguna media termasuk lewat situs media online. Penyajian konten di media online juga beragam, sajian informasi yang disampaikan dapat berupa berita, hiburan, atau informasi lain yang ingin disampaikan oleh pengguna media tersebut.

Membuat konten di media sosial perlu disampaikan secara efektif agar para pengguna yang melihat konten tersebut paham dan jelas tujuannya. Kata efektif berarti berhasil diselesaikan dalam bahasa Inggris. Definisi efektivitas dalam kamus ilmiah populer menjelaskan sebagai kesesuaian, kegunaan atau tujuan tambahan. Efektivitas adalah inti dari pencapaian tujuan yang ditentukan dalam setiap organisasi, kegiatan atau perencanaan. Ketika tujuan tersebut dapat dicapai sesuai dengan rencana awal, maka dianggap efektif. Dari sini dapat disimpulkan bahwa efektivitas merupakan kesesuaian hal yang berjalan baik dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Efektivitas dapat dinilai dari beberapa sudut pandang yang berbeda, tergantung oleh pertimbangan dan interpretasi seseorang sehingga mengukur efektivitas dari suatu kegiatan tidak sesederhana kelihatannya. Tingkat efektivitas juga bisa dilihat dari perbandingan mengenai program yang direncanakan dan hasil yang sebenarnya dicapai. Namun, saat upaya atau hasil kerja serta langkah yang dilakukan tidak sesuai harapan sehingga mengarah pada ketidakpastian sasaran seperti yang diharapkan, hal tersebut dianggap tidak efektif. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa efektivitas konten di media sosial adalah sebuah informasi di media digital yang mencapai target atau sesuai dengan tujuan yang ditentukan. Penelitian ini lebih berfokus meneliti media sosial Instagram karena akun Instagram @balikpapanku sebagai objek penelitian ini mempunyai *followers* terbanyak dibandingkan akun-akun di media sosial lainnya.

b. Instagram

Instagram merupakan hasil inovasi pembuatan aplikasi oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Kata Instagram berasal dari campuran kata “kamera instan” dan “telegram” (Holak, 2017, <https://www.techtarget.com/searchcio/definition/Instagram>, diakses pada 9 Agustus 2022). Instagram dinamai kamera instan karena berfungsi memberikan tampilan foto secara instan seperti kamera polaroid, sedangkan telegram berarti mampu mengirimkan informasi atau pesan dengan cepat.

Menurut Bambang (dalam Ikayanti, 2020), Instagram merupakan sebuah aplikasi di media digital yang dapat mengambil dan menampilkan foto serta dapat diubah dengan menambahkan efek filter. (Ikayanti, 2020). Seorang pengguna yang menggunakan Instagram dapat menyebarkan konten seperti foto dan video kepada pengguna Instagram lainnya. Instagram mempunyai berbagai fitur yang diperuntukkan oleh para penggunanya dalam memainkan instagram, fitur-fitur tersebut, yakni:

1. *Home Page*

Halaman utama yang memperlihatkan *timeline* foto *feeds* dan *stories* yang dibagikan oleh pengguna yang diikuti. Melihat foto-foto di *timeline* dapat dilakukan dengan men-*scroll layer* dari bawah ke atas atau sebaliknya.

2. *Add Post Feed*

Fitur yang digunakan untuk mengirimkan foto ataupun video yang diinginkan pengguna. Unggahan yang dikirimkan biasanya akan muncul pada *home page* dan *profile* pengguna.

3. *Search & Explore*

Search dapat digunakan untuk mencari akun yang ingin dilihat pengguna dan *explore* memperlihatkan unggahan pengguna lain yang memiliki banyak *like*.

4. *Like & Comments*

Pengguna dapat membubuhkan komentar dan menyukai *postingan* pengguna lainnya. Dengan fitur ini, pemilik akun dapat mengetahui aktivitas pengguna yang menyukai atau mengomentari konten yang dibagikan.

5. *Profile*

Berisi informasi pengguna akun yang menampilkan jumlah *feeds* yang diunggah oleh pengguna, jumlah *followers*, dan jumlah *following*. Pengguna dapat melihat konten yang diunggah *user* lain ada halaman *profile* akun pengguna tersebut.

6. *Stories*

Unggahan foto atau video dengan ukuran *aspect ratio* 9:16 yang dapat diberi berbagai efek filter. *Stories* hanya bertahan 24 jam setelah diunggah kemudian akan terhapus secara otomatis.

7. *Direct Message*

Pesan yang bersifat pribadi yang hanya dapat dilihat oleh pemilik akun dan membalas pesan dari pengguna lain.

Instagram merupakan media sosial paling populer dan diminati terutama di kalangan anak muda. Dari data yang diteliti We Are Social, Instagram masih menempati urutan ketiga aplikasi yang paling banyak digunakan setelah YouTube dan WhatsApp (We Are Social, 2021). Instagram masih sangat diminati karena kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh platform tersebut. Kemudahan yang terasa salah satunya yaitu kemudahan dalam mendapatkan dan membagikan informasi. Informasi seperti berita dapat diakses dengan mudah tanpa perlu membuka portal berita. Dengan Instagram, berita atau informasi yang diinginkan dapat dipilah sesuai kebutuhan dan kesukaan masing-masing pengguna karena hanya akun yang diikuti pengguna yang akan muncul di *homepage*.

c. **Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, intensitas merupakan suatu tingkatan atau ukuran yang intens. Tingkatan yang dimaksud digambarkan dari frekuensi (seringnya) penggunaan media dengan tujuan tertentu atau berinteraksi dengan orang lain. Makna kata penggunaan dalam KBBI mempunyai arti proses, cara, atau pemakaian suatu hal. Tubbs dan Moss menjelaskan bahwa total waktu yang digunakan saat mengerjakan suatu hal mempengaruhi intensitas. Total waktu ini biasanya dilihat dari durasi dan frekuensi dalam melakukan aktivitas (Tubbs dan Moss, 1996). Sehingga dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan merupakan keadaan dalam melihat seberapa sering waktu yang digunakan saat menggunakan sesuatu secara intens.

Intensitas penggunaan media sosial Instagram merupakan aktivitas individu saat menggunakan aplikasi media sosial Instagram berdasarkan durasi waktu yang dihabiskan serta frekuensi tingkat pengulangan kegiatan yang dilakukan. Dengan meninjau durasi dan frekuensi, maka terlihat tingkatan atau seberapa intens kekuatan tingkah laku yang dilakukan individu.

Menurut Lometti, Reeves, dan Bybee (dalam Rahmani, 2016), penggunaan media yang dilakukan para pengguna terdapat tiga komponen yang bisa dilihat, yaitu:

1. Jumlah waktu, berkaitan dengan frekuensi, intensitas, dan durasi. Digunakan untuk mengakses media sosial;
2. Isi media, yaitu pemilihan konten media serta cara penyampaian informasi dan pesan dengan benar.
3. Hubungan media dengan individu dalam penelitian ini adalah hubungan antara pengguna dan media sosial.

d. Kebutuhan Informasi

Menurut Anggraeni dan Irviani (2017), informasi merupakan sekumpulan data atau fakta yang diproses sedemikian rupa agar masuk akal bagi penerimanya. Informasi merupakan bentuk pengetahuan dan ide yang menjadi tuntutan yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat. Tanpa itu, orang pasti mengalami kesulitan dalam mencari jawaban atau mengambil keputusan dalam menghilangkan ketidakpastian.

Menurut Belkin dalam Yusup (2009), kebutuhan informasi sendiri timbul akibat adanya kesenjangan antara pengetahuan manusia yang diketahui dengan kebutuhan yang diperlukan. Sehingga orang menginginkan informasi dengan upaya sebagai pemenuhan kebutuhannya. Kebutuhan informasi berarti berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi penggunanya. Permasalahan disini terlihat dari kesenjangan pengetahuan yang dirasakan oleh pengguna dimana seseorang yang merasa kurang dengan informasi yang telah diketahui, maka terdapat sebuah kekosongan mengenai pengetahuan telah ada di dirinya.

Tiap individu memiliki kebutuhan informasi berbeda-beda. Dengan beragam kebutuhan informasi yang diperlukan, maka suatu media yang ingin menyediakan informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi penggunanya perlu mengimbangi adanya ketersediaan informasi yang beraneka ragam dan memadai untuk kebutuhan mereka. Menurut Guha dalam Fatmawati (2015), terdapat empat pendekatan kebutuhan terhadap informasi dalam penggunaan media sosial, yaitu:

1. Pendekatan kebutuhan mutakhir (*Current need approach*)

Pendekatan pada pengguna untuk mengumpulkan informasi dalam memperluas jangkauan ilmunya. Pengguna mempunyai peran untuk berinteraksi secara konstan dan teratur dengan memperluas sistem informasi yang digunakan.

2. Pendekatan kebutuhan sehari-hari (*Everyday need approach*)

Pendekatan oleh pengguna untuk memperoleh informasi dengan mudah, cepat dan konstan. Dapat diketahui dari frekuensi seberapa sering pengguna mencari informasi.

3. Pendekatan kebutuhan mendalam (*Exhaustic need approach*)

Pendekatan yang tergantung pada pesan yang diperlukan dan informasinya bersifat penting, lengkap, dan mendetail.

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

Pendekatan yang dilakukan dengan ringkas dan lengkap serta membentuk hubungan yang dapat berkembang mengenai suatu hal yang masih relevan dan diperlukan.

e. Teori Uses and Gratification

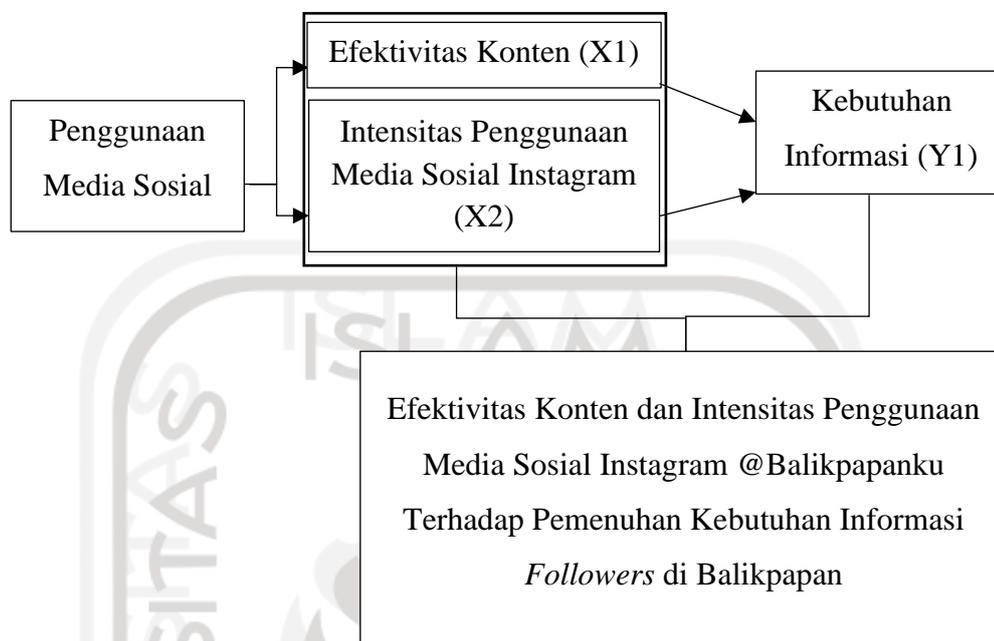
Teori *uses and gratification* merupakan gagasan yang diperluas dari teori kebutuhan dan motivasi yang dikenalkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch pada tahun 1974. Teori ini menyimpulkan jika orang secara aktif dapat mempelajari berbagai jenis dan isi media untuk mencapai suatu tujuan (West dan Turner, 2008: 101). Pengguna media mempunyai tugas aktif pada pencarian media untuk pemenuhan kebutuhannya. Blumer dan Katz yakin pengguna media mempunyai kebebasan untuk menggunakan media dalam mencapai keinginannya (Nurudin, 2007: 192).

Terdapat lima asumsi dasar teori *uses and gratification* yang dijelaskan oleh Katz, Blumler & Gurevitch, yaitu:

1. Khayalak mempunyai peran aktif dan orientasi penggunaannya lebih kepada tujuan.
2. Inisiatif mengaitkan kepuasan media yang ditentukan oleh suatu khalayak.
3. Media bersaing dengan sumber lain dalam memuaskan kebutuhan.
4. Anggota khalayak sepenuhnya sadar akan penggunaan media, motif dan minat terhadap media sehingga memungkinkan peneliti mendapat gambaran yang akurat mengenai penggunaan media.
5. Penilaian akan nilai isi media ditentukan oleh khalayak.

(Katz, Blumler dan Gurevitch 1974 dalam West dan Turner, 2008: 104).

G. Kerangka Pikir



H. Hipotesis

Kesimpulan atas jawaban sementara dari penelitian ini dapat dikatakan sebagai perumusan hipotesis. Perumusan hipotesis pada penelitian ini dibagi dalam dua jenis, sebagai berikut:

Hipotesis (H_0):

1. Tidak ada pengaruh keefektifan konten akun Instagram @balikpapanku terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*-nya
2. Tidak ada pengaruh intensitas penggunaan akun Instagram @balikpapanku terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*-nya
3. Tidak ada pengaruh keefektifan konten dan intensitas penggunaan akun Instagram @balikpapanku terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*-nya.

Hipotesis (H_1):

1. Ada pengaruh keefektifan konten akun Instagram @balikpapanku terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*-nya

2. Ada pengaruh intensitas penggunaan akun Instagram @balikpapanku terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*-nya
3. Ada pengaruh keefektifan konten dan intensitas penggunaan akun Instagram @balikpapanku terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*-nya

I. Definisi Konseptual dan Operasional

a. Definisi Konseptual

1. Efektivitas Konten

Efektivitas konten di media sosial adalah informasi di media digital yang mencapai target atau sesuai dengan tujuan yang ditentukan.

2. Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Intensitas penggunaan media sosial Instagram didefinisikan sebagai aktivitas individu saat menggunakan aplikasi media sosial Instagram berdasarkan durasi waktu yang dihabiskan serta frekuensi tingkat pengulangan kegiatan yang dilakukan.

3. Kebutuhan Informasi

Kebutuhan informasi merupakan keadaan yang tak menentu muncul dari kekosongan pengetahuan antara apa yang telah dimiliki dengan kebutuhan aslinya maka individu mencari informasi untuk mengisi kekosongan tersebut. Kebutuhan informasi berarti berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi penggunanya. (Yusup, 2009).

b. Definisi Operasional

1. Efektivitas Konten

Keefektifan konten di media sosial berhasil jika mencapai tujuan yang ingin dicapai. Dari sini diambil komponen yang ada pada penggunaan media sosial untuk dijadikan indikator dalam efektivitas konten. Komponen tersebut menurut Chris Heuer (dalam Solis, 2011:263), yaitu:

- a) *Context*
- b) *Collaboration*
- c) *Communication*
- d) *Connection*

2. Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Intensitas penggunaan media sosial Instagram dapat disimpulkan bahwa keadaan dalam melihat keseringan tingkatan waktu yang digunakan (baik durasi maupun frekuensi) secara intens dalam mengakses konten-konten yang disuguhkan oleh akun Instagram yang diikuti tersebut. Peneliti menggunakan teori terpaan media dalam mengukur intensitas penggunaan sosial media yaitu:

- a) Frekuensi
 - b) Durasi
 - c) Atensi
3. Kebutuhan Informasi

Menurut Guha dalam Fatmawati (2015), terdapat empat pendekatan kebutuhan terhadap informasi dalam penggunaan media sosial, yakni:

- a) *Current need approach*
- b) *Everyday need approach*
- c) *Exhaustic need approach*
- d) *Catching-up need approach*

J. Metode Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode eksplanasi survei. Metode penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan keterkaitan serta gambaran dari pengaruh antara variabel efektivitas konten (X_1) dan intensitas penggunaan Instagram (X_2) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y_1).

b. Lokasi Penelitian

Penelitian ini melakukan penyebaran secara daring kepada para *follower* akun Instagram @balikpapanku dan berdomisili di Kota Balikpapan, Kalimantan Timur.

c. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Menurut Hamidi (2007:126) kumpulan unit analisis (*unit of analysis*) yang menjadi bagian untuk diteliti. Unit analisis pada penelitian dalam kajian komunikasi seperti perseorangan, komunitas dan teks media massa.

Populasi bertujuan memberikan pernyataan serta membantu menjawab pertanyaan dalam penelitian. Dipilihnya populasi harus sesuai kriteria penelitian agar responden yang terpilih dapat memenuhi persyaratan.

Populasi yang dipilih pada penelitian ini yakni pengguna Instagram yang mengikuti akun Instagram @balikpapanku, yakni mencapai 402.105 *followers*.

2. Sampel

Sampel merupakan perwakilan dari populasi. Dalam penarikan sampel penelitian ini menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

Rumus:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Perkiraan Tingkat Kesalahan adalah 10%

$$n = \frac{402.105}{1 + 402.105(0,1)^2}$$

$$n = \frac{402.105}{1+4021,05}$$

$$n = \frac{402.105}{4022,05}$$

$n = 99,975$ dibulatkan menjadi 100 responden.

Berdasarkan angka populasi sebanyak 402.105 *followers*, maka sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 responden.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah cara yang dipakai dalam penelitian untuk melakukan penentuan sampel dari populasi dan peneliti dapat mengambil kerangka sampel dengan ukuran tertentu. (Hamidi, 2007: 133).

Teknik pengambilan sampel yang dipakai pada penelitian ini yaitu *nonprobability sampling*, yaitu sampel yang ditentukan berdasarkan pertimbangan tertentu dan telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Metode yang dilakukan menggunakan *purposive sampling*, yakni sampel yang dipilih berdasarkan kumpulan individu atau kelompok dengan mempertimbangkan

faktor atau kriteria khusus yang mewakili semua unit analisis (Hamidi, 2007: 139).

Kriteria sampel yang telah ditentukan adalah para pengguna akun Instagram yang mem-*follow* akun Instagram @balikpapanku serta pengguna yang aktif menyukai dan mengomentari *postingan* akun Instagram @balikpapanku. Peneliti memilih *followers* Instagram @balikpapanku karena mereka paham dan menjadi pengikut yang bertujuan mencari serta mendapatkan informasi seputar kota Balikpapan.

d. Jenis Data

Sebagai pelengkap dari penelitian ini diperlukan data-data pendukung. Menurut Siyoto dan Sodik (2015:58), data yang digunakan sebagai acuan berdasarkan sumbernya pada penelitian meliputi dua data, yaitu:

1. Data primer

Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung dari sumber utama yang menjadi responden dalam penelitian ini. Data didapat berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner terhadap *followers* akun Instagram @balikpapanku.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperlukan untuk melengkapi data-data penelitian dari sumber kedua yang relevan. Data didapat dari penelitian terdahulu, buku, internet, studi literatur atau pihak yang bekerja dibalik akun @balikpapanku yang dianggap relevan.

e. Pengumpulan Data

Pengumpulan data berguna untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh peneliti dalam mendapatkan informasi yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan.

1. Penyebaran kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara menyusun daftar pertanyaan atau pernyataan dan sejumlah jawaban yang dapat dipilih serta ditetapkan oleh peneliti, kemudian disebarkan sesuai dengan responden yang telah ditetapkan (Hamidi, 2007: 140). Teknik pengumpulan data dengan kuesioner ini menjadi data utama yang dipakai dalam penelitian ini.

2. Studi Pustaka

Dengan metode kepustakaan menggunakan rekomendasi literatur ilmiah (seperti buku atau dokumen terkait penelitian) untuk mengumpulkan data dan meningkatkan kredibilitasnya.

f. Pengolahan Data

Pengolahan data penelitian perlu dilakukan dalam tiga tahapan. Menurut Bungin (2008: 164-169), definisi tiga tahap tersebut yaitu:

1. Editing: yakni suatu aktivitas guna memastikan data setelah penyebaran kuesioner di lokasi penelitian untuk memperbaiki kesalahan atau ketidakakuratan dalam kuesioner yang dibagikan.
2. Koding: Proses pengkategorian hasil jawaban responden terkait pertanyaan yang disediakan di kuesioner, kemudian diidentifikasi agar mempunyai makna yang dapat dipahami saat akan di analisis.
3. Tabulasi: yakni proses penjabaran dalam tabel, dimana data dari kuesioner/angket dilakukan perhitungan serta pengaturan setelah dimasukkan dalam tabel.

g. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan tujuan mengetahui alat ukur atau instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner ini diukur dengan melakukan perbandingan antara r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* $d(f) = n-2$ dengan alpha 0.05. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka pernyataan kuesioner dinyatakan valid.

Sebelum melakukan uji validitas kepada sejumlah responden yang telah ditentukan, peneliti melakukan uji coba instrumen terhadap 30 responden secara acak. Uji coba instrumen dilakukan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak. Jumlah minimal uji coba diambil sebanyak 30 orang agar nilai distribusi mendekati kurva normal.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan utama untuk mengukur konsistensi alat ukur dan menguji ketepatan skala-skala pengukuran instrumen penelitian. Instrumen penelitian seperti kuesioner dinyatakan reliabel jika menghasilkan nilai yang konsisten di tiap pengukuran meski dalam waktu yang berbeda. Pengujian instrumen dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yaitu sebagai berikut:

$$\alpha = \left[\frac{b}{(b - 1)} \right] \left[\frac{V_t - \sum V_i}{V_t} \right]$$

Keterangan

α = *Alpha Cronbach*

b = Banyaknya butir angket

V_t = Varian Skor Total

V_i = Varian butir 1

h. Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif untuk mendapatkan hasil persentase mengenai variabel Efektivitas Konten (X_1) dan Intensitas Penggunaan Akun Instagram @balikpapanku (X_2) terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers (Y_1) dengan menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data.

Statistik deskriptif merupakan analisis data statistik secara pendeskripsian atau penggambaran data yang apa adanya tanpa menyimpulkan adanya generalisasi atau perlakuan secara umum (Sugiyono, 2011:207).

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2007), peneliti yang ingin menguji pengaruh atau perbedaan variabel x terhadap variabel y maka dapat digunakan analisis regresi berganda. Hanya saja pengujian dalam analisis regresi berganda diperlukan dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen.

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

- Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)
 X₁ dan X₂ = Variabel independen
 a = Konstanta (nilai Y' apabila X₁, X₂ ... X_n = 0)
 b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Nilai-nilai a, b₁, b₂ ditentukan dengan rumus:

$$b_1 = \frac{(\sum X_2^2)(\sum X_1 Y) - (\sum X_2 Y)(\sum X_1 X_2)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1 X_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(\sum X_1^2)(\sum X_2 Y) - (\sum X_1 Y)(\sum X_1 X_2)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1 X_2)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b_1 \sum X_1 - b_2 \sum X_2}{n}$$

Uji statistik:

Untuk menguji hipotesis menggunakan uji F dengan rumus:

$$F_0 = \frac{RK_{reg}(RKR)}{RK_{res}(RKE)}$$

RK_{reg} : Rata-rata kuadrat regresi

RK_{res} : Rata-kuadrat residu (error)

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Deskripsi Akun Instagram Balikpapanku

Balikipapanku merupakan sebuah media *online* informatif terbesar di Kota Balikpapan yang menargetkan kalangan anak muda (balikipapanku.id, 2021). Saat ini balikipapanku telah tersebar dan mempunyai platform yang berbeda-beda dalam menyebarkan berita dan telah menjangkau ratusan ribu pengguna media sosial sejak tahun 2011. Tujuan dibuatnya media online ini yaitu menjadi penghubung antara warga Kota Balikpapan di dunia maya dan memberikan kontribusi secara luas kepada warga Balikpapan mengenai situasi yang terjadi di sekitar mereka. Konten yang disajikan pun beragam, tidak hanya memberikan informasi terkini seputar Kota Balikpapan, tetapi juga aktif memposting konten yang bervariasi seperti hiburan, info lalu lintas, info kehilangan, sosial, budaya, teknologi dan sebagainya.

Platform utama yang dipakai oleh Balikpapanku adalah platform Instagram yang memiliki pengikut paling banyak. Akun Instagram balikipapanku ini didirikan oleh Andrie Afrizal pada tanggal 23 Januari 2013. Andrie menyebutkan bahwa akun balikipapanku mencari informasi yang *ter-update* dan menggunakan bahasa serta logat khas Balikpapan sehingga mampu menarik pengikut di Instagram dan tumbuh dengan pesat. Saat ini, akun Instagram balikipapanku merupakan akun informatif dengan pengikut tertinggi di Kalimantan Timur sebanyak lebih dari 400 ribu *followers* (presisi.co, 2021).



Sumber: www.balikipapanku.id, 2021

Gambar 2.1 Logo Balikpapanku

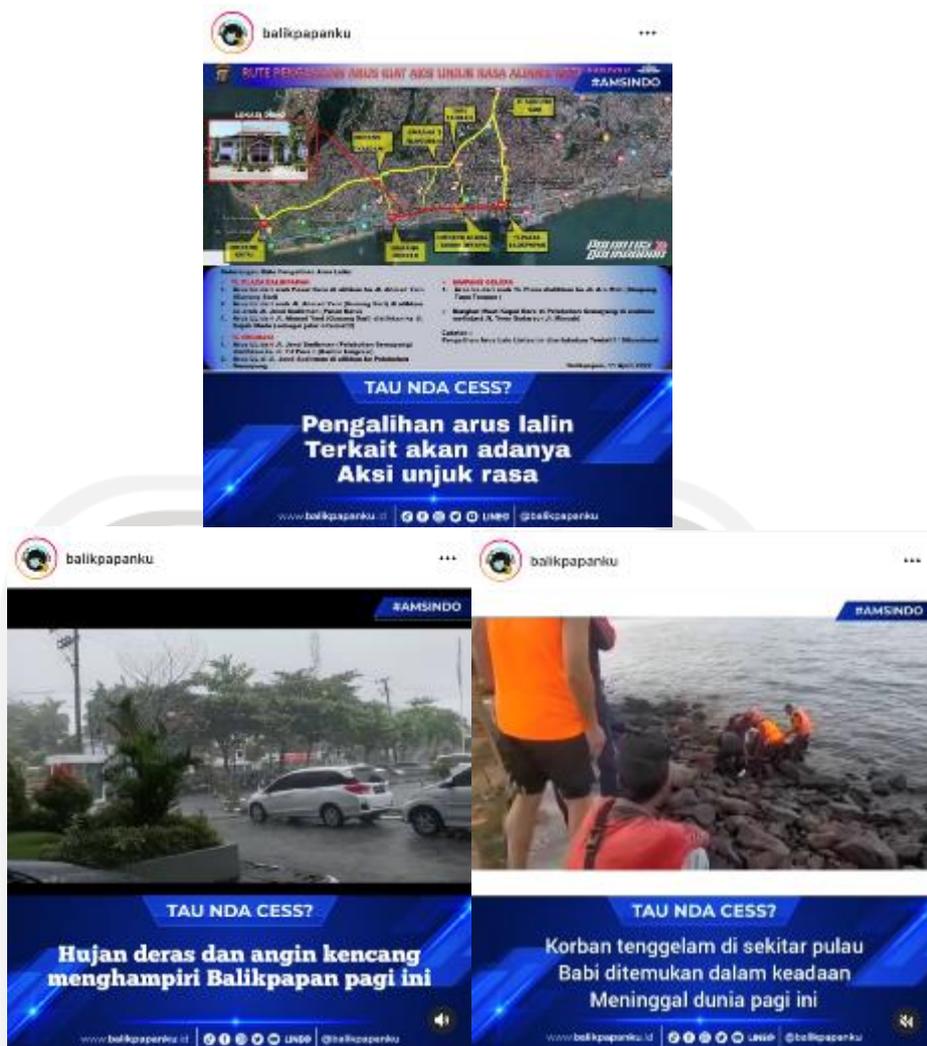
Kota Balikpapan merupakan salah satu kota yang berada di Kalimantan Timur. Kota ini sering dijuluki sebagai kota minyak karena salah satu penghasil

Tabel 2.1 Jumlah Postingan Akun Instagram Balikpapanku Tahun 2021

Bulan	Total Postingan
Januari	245
Februari	281
Maret	241
April	248
Mei	260
Juni	237
Juli	257
Agustus	306
September	248
Oktober	257
November	275
Desember	274

Sumber: Data Olahan Peneliti di Instagram @balikpapanku, 2021

Dari tabel 2.1 diatas dapat disimpulkan bahwa balikpapanku secara aktif dan rutin memposting 200-300 konten tiap bulan. Hal ini menunjukkan keaktifan akun balikpapanku yang secara rutin memposting berbagai konten untuk *followers*nya. Konten yang dibagikan balikpapanku terbagi menjadi beberapa kategori, seperti berita terkini, informasi kecelakaan lalu lintas, hiburan, info bantuan/kehilangan, dan interaksi dengan *followers*. Salah satu tujuan utama dibentuknya balikpapanku yaitu untuk memberi informasi terkini seputar Kota Balikpapan kepada masyarakat. Adapun contoh informasi terkini yang dibagikan oleh balikpapanku sebagai berikut.



Sumber: Instagram @balikpapanku, 2022
Gambar 2.3 Contoh Konten Informasi Terkini Kota Balikpapan

Kota Balikpapan bukanlah kota yang besar seperti Jakarta, Yogyakarta, Surabaya, dan kota besar lainnya sehingga tidak banyak peristiwa yang terjadi dan menjadi sulit untuk aktif memberi informasi setiap harinya. Balikpapanku mengisi kekosongan berita ini dengan peristiwa atau hal yang tengah berlangsung di Kota Balikpapan. Tak jarang jika balikpapanku sering membagikan kondisi cuaca terkini. Meski begitu, informasi cuaca cukup diterima oleh para *followers* karena tidak hanya memberi kondisi cuaca namun juga memberitahu lokasi yang mungkin tengah terjadi banjir sehingga para *followers* dapat berhati-hati atau menghindari banjir yang tengah menerjang. Selain cuaca, tim balikpapanku turut membantu menyalurkan informasi dari pemerintah atau lembaga lainnya. Dengan akun yang memiliki *followers* terbanyak, dapat menjangkau lebih banyak masyarakat untuk menerima informasi yang disalurkan dari pihak lain. Selain itu, berita yang banyak dibagikan

oleh balikpapanku seringkali mengenai kecelakaan lalu lintas dan musibah kebakaran.



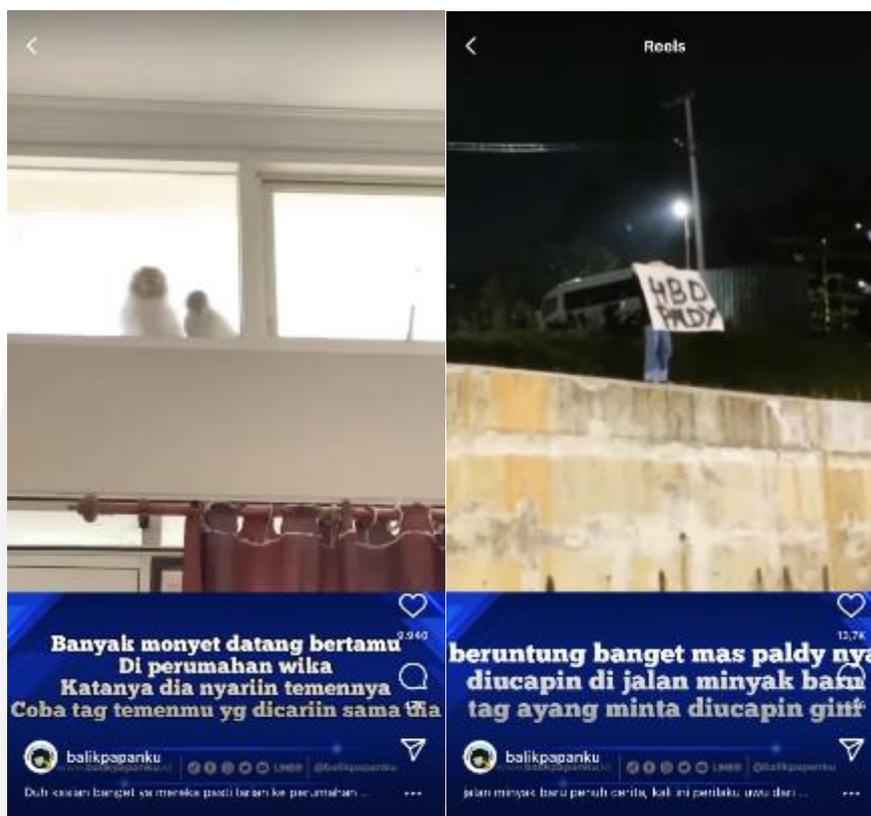
Sumber: Instagram @balikpapanku, 2022

Gambar 2.4 Konten Informasi Peristiwa di Kota Balikpapan

Kota Balikpapan rentan mengalami kecelakaan lalu lintas karena memiliki jalan yang cenderung berbukit-bukit. Sehingga tidak jarang kecelakaan lalulintas sering terjadi. Kecelakaan lalulintas yang sering diliput berita sebagian besar terjadi karena kendaraan besar atau truk yang mengalami rem blong dan menabrak pengendara atau kendaraan lain. Tim balikpapanku biasanya mendapatkan informasi tambahan dan kronologi peristiwa dari *followers* yang berada di lokasi kejadian. Selain lakalantas, kebakaran juga menjadi salah satu berita yang sering diliput oleh balikpapanku.

Balikpapanku tidak hanya memberi informasi serius tetapi juga banyak memberikan hiburan kepada *followers* sehingga konten yang ditampilkan tidak

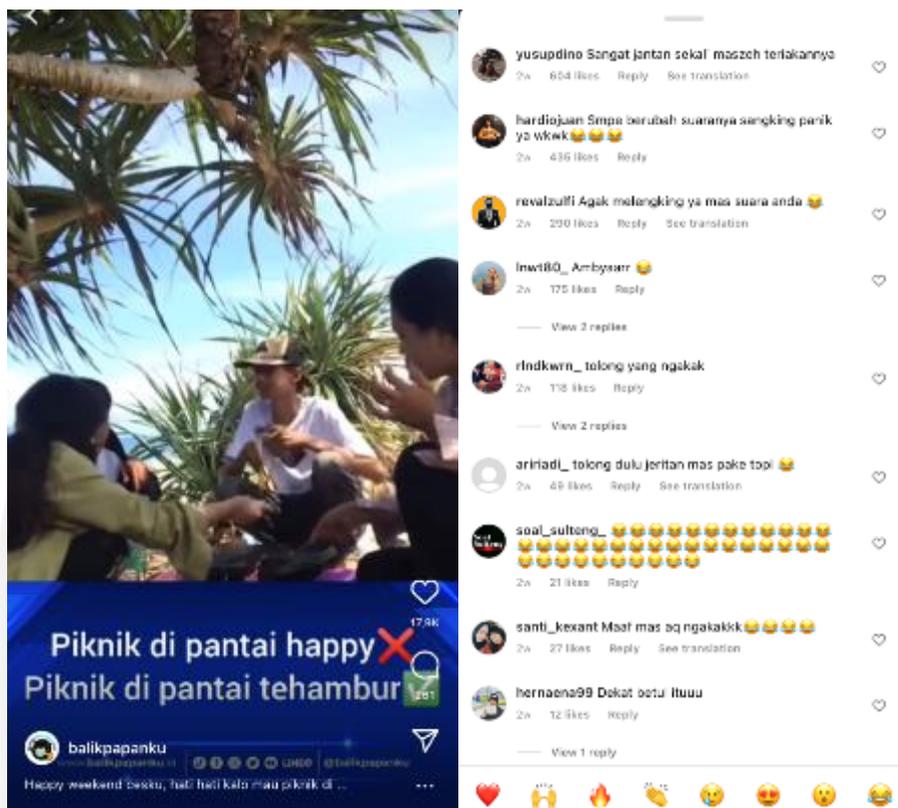
membosankan. Konten hiburan biasanya merupakan cerita yang tengah viral di media sosial dan kejadian-kejadian lucu pengguna media sosial.



Sumber: Instagram @balikpapanku, 2022

Gambar 2.5 Konten Hiburan Balikpapanku

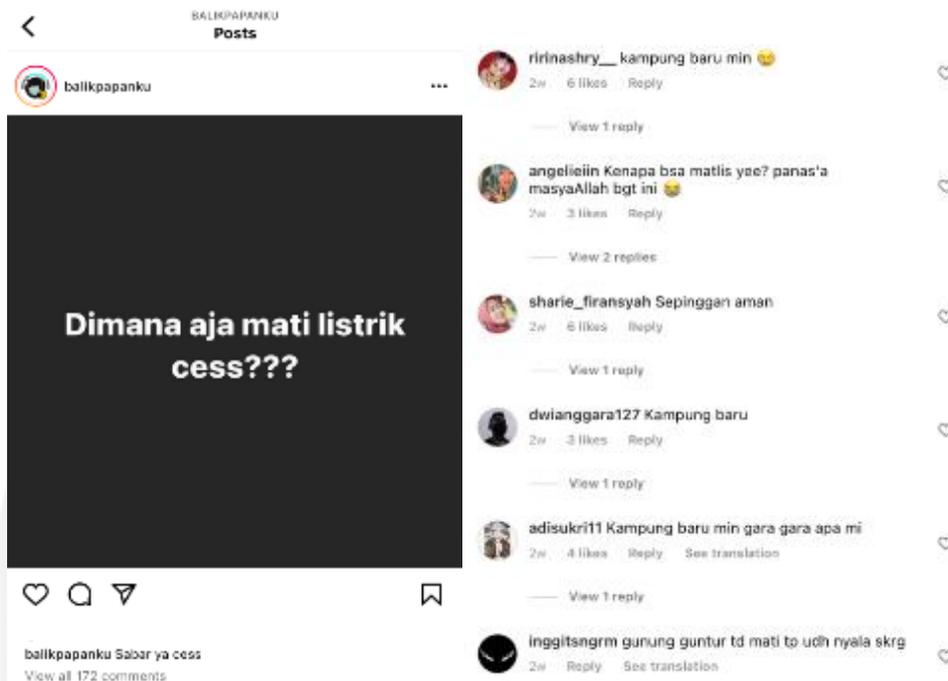
Seperti yang terlihat pada gambar diatas, gambar kiri menunjukkan foto monyet yang datang ke perumahan warga di daerah Wika, Balikpapan Utara seperti yang telah dijelaskan pada keterangan yang tertera. Kejadian yang aneh dan lucu ini jarang terjadi sehari-hari di Kota Balikpapan sehingga hal ini menghibur *followers* karena keberadaan monyet yang datang tiba-tiba dan tidak diketahui asalnya. Begitu pula gambar kanan, terlihat seseorang yang tengah berdiri sambil memegang kain bertuliskan “HBD PALDY”. Hal ini menghibur *followers* lantaran sikap tidak biasa seseorang demi memberikan ucapan selamat ulang tahun. Pada *comment section*, banyak *followers* yang merespon dengan menebak siapakah Paldy yang disebutkan itu. Respon yang diberikan oleh *followers* dapat dilihat pada komentar di tiap *postingan*. Dapat dilihat salah satu konten hiburan dengan respon *followers* pada gambar dibawah.



Sumber: Instagram @balikpapanku, 2022

Gambar 2.6 Komentar *Followers* di Salah Satu Konten Hiburan Balikpapanku

Gambar diatas yang aslinya merupakan sebuah video yang dibagikan oleh balikpapanku. Dalam video tersebut ada beberapa orang yang tengah menikmati makanan di pinggir pantai namun tak lama ombak menerjang mereka sehingga membuat semuanya panik. Seorang laki-laki yang terekam di video tersebut berteriak panik namun dengan suara yang melengking. *Followers* kemudian memberikan respon dan ikut tertawa mendengar suara jeritan laki-laki tersebut. Respon yang ditunjukkan pun banyak menggunakan emoji tertawa yang menandakan mereka terhibur dengan *postingan* tersebut. Sehingga hal ini dapat membuat balikpapanku memiliki *engagement* yang cukup baik dengan *followers*. Selain komentar di konten hiburan, beberapa konten juga menampilkan interaksi antara balikpapanku dengan *followersnya*, seperti pada gambar dibawah.



Sumber: Instagram @balikpapanku, 2022

Gambar 2.7 Interaksi yang dilakukan oleh Balikpapanku

Balikpapanku sering menggunakan postingan untuk berinteraksi dengan *followers* seperti yang terlihat pada gambar 2.6 diatas. Beberapa postingan yang dibagikan oleh balikpapanku menunjukkan cara kerja interaksi dengan *followers*, cara ini berbeda dari kebanyakan akun serupa yang menggunakan *Instagram story* untuk berinteraksi. Sehingga, informasi mengenai mati listrik tersebut tidak hanya dilihat oleh tim balikpapanku, namun *followers* lain juga mendapatkan informasi yang sama dan dapat dibaca langsung oleh mereka.

BAB III

TEMUAN HASIL PENELITIAN

Hasil temuan penelitian mengenai efektivitas konten dan intensitas penggunaan media sosial Instagram @balikpapanku terhadap kebutuhan informasi *followers* akan dipaparkan pada bab ini. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel yang terpilih sesuai kriteria. Kuesioner ini disebarluaskan melalui media sosial dengan tujuan dapat memperluas persebaran dan menjangkau responden yang lebih beragam.

A. Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Data identitas responden pada penelitian dikumpulkan dalam dua bagian yaitu berdasarkan jenis kelamin dan usia. Berikut tabel persentase data identitas responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 3.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	30	30%
Perempuan	70	70%
Total	100	100%

Sumber: Data olahan peneliti, 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari keseluruhan 100 responden menunjukkan bahwa jenis kelamin laki-laki memiliki persentase 30% sedangkan jenis kelamin perempuan 70% yang berarti persentase responden perempuan lebih banyak 40% daripada responden laki-laki. Hal ini mengindikasikan jika perempuan lebih banyak mengikuti dan aktif melihat *postingan* instagram balikpapanku.

Adapun data identitas responden yang terbagi dalam kategori usia sebagai berikut.

Tabel 3.2 Persentase Responden Berdasarkan Usia

Umur	Frekuensi	Persentase (%)
17	2	2%
18	1	1%
19	2	2%
20	12	12%
21	42	42%
22	17	17%
23	1	1%
24	2	2%
25	2	2%
26	1	1%
29	1	1%
31	1	1%
33	10	10%
34	2	2%
39	1	1%
40	1	1%
43	1	1%
50	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Data olahan peneliti, 2022

Dari tabel 3.2 diatas memiliki keberagaman usia dimana rentang usia yang menjadi responden sekitar 17 – 50 tahun. Terlihat bahwa responden terbanyak berusia 21 tahun dengan persentase sebanyak 42%. Selanjutnya responden terbanyak kedua berusia 22 tahun dengan persentase 17% diikuti dengan responden berusia 20 tahun yang memiliki persentase 12%. Selain itu, di usia 33 tahun juga memiliki persentase tinggi yaitu 10%. Balikpapanku sering membagikan konten yang menghibur dan kejadian lucu yang terjadi di masyarakat sehingga diminati oleh responden yang berusia muda. Informasi yang disajikan oleh Balikpapanku juga cenderung menampilkan peristiwa terkini mengenai lalu lintas di berbagai daerah, dimana informasi lalu lintas ini dibutuhkan oleh para pengguna jalan yang banyak berusia sekitar 20 – 30an.

B. Variabel Efektivitas Konten

Variabel pertama yang diteliti pada penelitian ini adalah efektivitas konten Instagram @balikpapanku. Pada variabel ini menggunakan empat indikator sebagai tolak ukur yang kemudian dikembangkan menjadi 12 pernyataan. Hasil temuan penelitian yang didapatkan dari variabel ini adalah sebagai berikut.

Tabel 3.3 Persebaran Perentase Responden mengenai Penyajian Informasi yang Dapat Dipercaya oleh Akun Balikpapanku

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	34	34%
Setuju (S)	49	49%
Netral (N)	17	17%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 1, 2021

Berdasarkan hasil data pada tabel 3.3 menunjukkan bahwa 49 responden memilih setuju bahwa akun balikpapanku memberikan informasi atau berita yang dapat dipercaya oleh warga Balikpapan. Sebanyak 34 responden memilih sangat setuju dan sisanya sebanyak 17 responden memilih netral. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui pernyataan bahwa akun balikpapanku sebagai media *online* yang dapat dipercaya terkait informasi yang dibagikan di akun media sosialnya. Hal ini didasari oleh akun balikpapanku yang telah lama berkecimpung membagikan informasi dan menjadi media *online* pertama di Balikpapan sehingga mendapatkan kepercayaan *followers*-nya.

Setelah mengetahui informasi yang dibagikan akun balikpapanku dapat dipercaya, indikator selanjutnya mengenai konten akun balikpapanku yang disajikan dengan beragam diukur dan diperoleh hasil data yang akan dipaparkan pada tabel berikut.

Tabel 3.4 Persebaran Persentase Responden mengenai Keberagaman Isi Konten Akun Balikpapanku

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	46	46%
Setuju (S)	45	45%
Netral (N)	9	9%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 2, 2021

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa persentase yang didapatkan dalam kategori sangat setuju dan setuju memiliki nilai yang hamper sama dengan 46% dan 45%. Dapat dikatakan bahwa mayoritas responden memilih kategori setuju bahwa isi konten yang disajikan oleh akun balikpapanku sangat beragam. Namun, meski mayoritas memilih setuju, hanya 9% yang memilih netral dikarenakan responden yang tidak yakin dengan keberagaman yang ditampilkan oleh akun balikpapanku. Hal ini dapat terjadi karena beberapa faktor yaitu kurang yakin dengan keberagaman yang ditampilkan akibat *template* yang monoton atau membandingkan dengan akun lain yang mempunyai isi lebih beragam serta faktor lainnya.

Temuan hasil data ini memperlihatkan bahwa mayoritas responden setuju mengenai *contexts* (isi media) yang disajikan oleh akun balikpapanku. Pilihan jawaban responden yang memilih setuju juga meningkat dari tabel sebelumnya. Sehingga, hal ini dapat memperkuat pernyataan sebelumnya mengenai indikator *context* atau isi media. Dari hasil temuan penelitian, diketahui bahwa konten balikpapanku dapat dipercaya dan berisi konten yang beragam. Selanjutnya melampirkan data mengenai penyebaran informasi dan berita yang faktual berdasarkan fakta yang sebenarnya dan tidak menyebarkan berita palsu/hoax, berikut tabel dari hasil pemaparan data pada indikator selanjutnya.

Tabel 3.5 Persebaran Persentase Responden mengenai Penyajian Konten secara Faktual

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	25	25%
Setuju (S)	44	44%
Netral (N)	25	25%
Tidak Setuju	6	6%
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 3, 2021

Menurut hasil perolehan data yang ditunjukkan pada tabel 3.5 di atas menunjukkan bahwa pilihan sangat setuju dan netral mendapatkan angka yang sama sebesar 25%. Jawaban netral meningkat dari pernyataan sebelumnya yang berarti responden semakin tidak yakin bahwa akun balikpapanku menyajikan berita yang faktual bagi *followers*-nya. Meskipun mayoritas responden setuju dan meyakini jika konten yang disebar oleh balikpapanku berisi faktual dan bukan merupakan informasi palsu/hoax, sebanyak 6% memilih tidak setuju. Artinya, beberapa responden menganggap jika berita yang disarankan tidak bersifat faktual atau tidak mengetahui fakta tentang berita tersebut.

Jika membandingkan dengan tabel sebelumnya, jawaban netral dan tidak setuju mengalami peningkatan. Dapat dikatakan bahwa dari sekian keberagaman konten yang diberikan, *followers* tidak yakin dengan sumber berita tersebut. Adanya perbedaan dari jawaban yang diberikan oleh responden, dapat dijelaskan bahwa pernyataan ini mengurangi keyakinan responden mengenai *context* atau isi media yang disajikan secara faktual.

Setelah mengetahui hasil perolehan data mengenai informasi yang disebar bukan palsu/hoax, indikator selanjutnya untuk mengetahui apakah informasi yang disediakan oleh balikpapanku bermanfaat bagi *followers*-nya. Berikut hasil perolehan data yang dipaparkan dalam tabel dibawah.

Tabel 3.6 Persebaran Persentase Responden mengenai Manfaat Informasi yang Disediakan oleh Balikpapanku

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	30	30%
Setuju (S)	46	46%
Netral (N)	23	23%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 4, 2021

Berdasarkan data yang telah dipaparkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa dari 100 orang responden yang menjadi sampel penelitian ini sebanyak 46% memilih setuju dan sangat setuju sebanyak 30%. Namun, ada yang memilih netral sebanyak 23% dan memilih tidak setuju walau hanya 1 responden. Melihat hal ini, informasi yang dibagikan oleh balikpapanku bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan informasi *followers* dengan memberikan informasi terkini yang dibutuhkan oleh followersnya. Namun, melihat jawaban tidak setuju ini dapat terjadi karena responden menganggap bahwa tidak merasakan manfaat dari informasi yang disediakan oleh akun balikpapanku.

Meski memiliki persentase jawaban yang berbeda dari pernyataan sebelumnya, persentase jawaban yang memilih tidak setuju mengalami penurunan menjadi 1%. Walaupun hasilnya berkurang, pernyataan mengenai isi konten yang bermanfaat tidak sampai pada hasil pernyataan mengenai isi konten yang dapat dipercaya. Hal ini dapat terjadi karena faktor mengenai penyajian konten secara faktual yang dipaparkan pada tabel sebelumnya.

Setelah mengetahui bahwa balikpapanku menyediakan informasi yang bermanfaat, pernyataan selanjutnya mengenai jangkauan usia yang dapat menikmati informasi yang disajikan oleh balikpapanku. Diperoleh data untuk mengetahui apakah informasi yang disajikan oleh balikpapanku dapat menjangkau semua kalangan usia ini dipaparkan pada tabel berikut.

Tabel 3.7 Perolehan Persentase Responden mengenai Informasi Balikpapanku yang Dapat Menjangkau Semua Kalangan Usia

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	33	33%
Setuju (S)	37	37%
Netral (N)	26	26%
Tidak Setuju	3	3%
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 5, 2021

Berdasarkan hasil perolehan data pada tabel 3.7 menunjukkan nilai persentase mengenai konten akun Balikpapanku yang dapat menjangkau semua kalangan usia. Hasil yang didapatkan yaitu jawaban setuju sebanyak 37% dan sangat setuju sebanyak 33%. Dapat dikatakan bahwa informasi yang dibagikan Balikpapanku cukup beragam dan luas sehingga siapapun dapat mengakses informasi tersebut tanpa melihat batasan usia. Dari perbandingan hasil persentase dari pernyataan sebelumnya, terdapat peningkatan dari responden yang memilih netral menjadi 26%, pemilih tidak setuju sebanyak 3% dan sangat tidak setuju sebanyak 1%. Hal ini dapat disebabkan ketidaktahuan responden mengenai jangkauan usia yang ditargetkan oleh Balikpapanku.

Setelah mengetahui informasi yang disediakan oleh akun Balikpapanku dapat menjangkau semua kalangan usia, selanjutnya akan dijelaskan mengenai indikator *communication* yaitu melihat apakah informasi yang diberikan jelas atau tidak. Berikut tabel hasil perolehan datanya.

Tabel 3.8 Perolehan Persentase Responden mengenai Kejelasan Informasi yang Diberikan oleh Balikpapanku

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	25	25%
Setuju (S)	47	47%
Netral (N)	27	27%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 6, 2021

Berdasarkan hasil perolehan data pada tabel diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju jika informasi yang diberikan oleh akun Balikpapanku sangat jelas. Meski hasil temuan pada tabel 3.8 sebanyak 47% pilihan setuju, disusul oleh pilihan netral 27% dan sangat setuju sebanyak 25% serta tidak setuju hanya sebesar 1%. Hal ini didukung oleh tampilan yang konsisten serta *caption* yang ditulis menggunakan bahasa sehari-hari. Pada tampilan gambar juga diberi judul yang menjelaskan maksud dari berita atau informasi yang dibagikan sehingga ini menambah kejelasan mengenai informasi yang diberikan dan followers tidak perlu bertanya maksud informasi tersebut.

Pada hasil temuan data penelitian yang dipaparkan, dapat dijelaskan bahwa untuk indikator *communication* di pernyataan pertama ini memperlihatkan jika tolak ukur komunikasi ini termasuk sedang karena masih banyak responden yang tidak yakin dengan kejelasan informasi yang diberikan karena terdapat jawaban netral lebih besar dari jawaban sangat setuju meskipun hasilnya berbeda tipis serta satu responden yang memilih tidak setuju.

Namun, informasi yang jelas belum tentu semua orang paham tentang penyajian berita yang diberikan. Karena itu, indikator selanjutnya mengenai pemahaman informasi yang disajikan oleh Balikpapanku. Berikut tabel hasil perolehan data dari pemahaman konten yang disajikan dengan baik.

Tabel 3.9 Perolehan Persentase Responden mengenai Pemahaman Informasi dengan Baik

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	38	38%
Setuju (S)	45	45%
Netral (N)	16	16%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 7, 2021

Dilihat dari data pada tabel 3.9 menunjukkan bahwa mayoritas responden memahami informasi dan konten yang disajikan oleh akun balikpapanku. Sehingga dapat dikatakan jika isi konten dan informasinya jelas maka pembaca juga dengan mudah memahami isinya dengan baik. Untuk indikator *communication* mengenai kejelasan dan pemahaman informasi sama-sama memiliki satu responden yang memilih tidak setuju.

Pada pernyataan sebelumnya, pilihan jawaban netral mendapat hasil sebanyak 27% dan di pernyataan ini menurun menjadi 16%. Karena informasi yang jelas belum tentu dapat dipahami dengan baik. Pemilihan kata juga menjadi kunci utama agar pembaca mengerti maksud informasi yang disampaikan. Dari hal ini, dapat dikatakan bahwa indikator mengenai kejelasan informasi dapat mempengaruhi penilaian responden dalam memahami informasi dengan baik.

Diketahui balikpapanku memberikan informasi yang jelas dan dapat dipahami dengan baik. Balikpapanku sendiri bertujuan memberikan informasi tentang Kota Balikpapan, pernyataan berikutnya untuk mengetahui apakah balikpapanku membantu followernya dalam mengetahui peristiwa yang terjadi di Kota Balikpapan. Berikut adalah tabel hasil perolehan datanya.

Tabel 3.10 Perolehan Persentase Responden mengenai Informasi Balikpapanku dalam Membantu Followers Mengetahui Peristiwa di Kota Balikpapan

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	58	58%
Setuju (S)	31	31%
Netral (N)	10	10%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 8, 2021

Berdasarkan pengumpulan data yang dilakukan, bahwa mayoritas responden yang merupakan *followers* akun Balikpapanku dapat membantu memberikan informasi yang sesuai dengan dalam mengetahui peristiwa di Kota Balikpapan. Responden mem-*follow* akun Instagram Balikpapanku bertujuan mendapatkan informasi seputar Kota Balikpapan sehingga mayoritas responden menyetujui pernyataan ini. Peristiwa yang dibagikan seperti info lalu lintas, kecelakaan, bencana alam, dan sebagainya. Meskipun mayoritas memilih setuju, namun 10% diantaranya memilih netral dan hanya 1% yang memilih tidak setuju.

Melihat hasil data pada tabel sebelumnya, pilihan sangat setuju mengalami peningkatan dan pilihan netral berkurang dari 16% menjadi 10%. Untuk indikator *communication* di tiap pernyataan memiliki satu responden yang memilih tidak setuju, sehingga pada

Indikator berikutnya mengenai kolaborasi antara Balikpapanku dengan followernya. Dalam memberikan informasi yang beragam tidak cukup hanya admin yang bekerja untuk mengetahui seluruh peristiwa di penjuru kota. Pernyataan selanjutnya yaitu Balikpapanku dapat bekerjasama dengan follower dalam mengumpulkan informasi terkini seputar Kota Balikpapan. Berikut tabel hasil perolehan datanya.

Tabel 3.11 Perolehan Persentase Responden mengenai Kerjasama Balikpapanku dan Followers dalam Mengumpulkan Informasi Terkini Seputar Kota Balikpapan

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	46	46%
Setuju (S)	46	46%
Netral (N)	8	8%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 9, 2021

Dari hasil temuan penelitian yang dipaparkan diatas, diperoleh jawaban mayoritas responden yang memilih setuju, meski sebesar 8% memilih netral yang dapat terjadi karena responden merasa tidak sampai pada tahap merasa yakin mengenai kerjasama yang dilakukan akun Balikpapanku dengan *follower* atau pemilih tidak pernah melihat atau bekerjasama dengan akun Balikpapanku serta faktor lainnya sehingga responden lebih memilih netral.

Dari hasil olahan data yang dipaparkan pada tabel 3.11 diperoleh jawaban responden sangat setuju dan setuju mendapatkan persentase yang sama yaitu sebesar 46% mengenai pernyataan akun Balikpapanku yang bekerjasama dengan followernya. Akun Balikpapanku mendapatkan informasi dari follower melalui *direct message* (DM) lalu dibagikan kepada follower lain yang belum mengetahui peristiwa terkini. Balikpapanku juga kerap sering bertanya pada *follower*-nya mengenai informasi tambahan yang mungkin kurang atau belum disampaikan. Dapat dikatakan bahwa indikator kolaborasi dengan bekerjasama dengan *follower* disetujui responden dan sangat membantu mengumpulkan info terkait.

Selain peristiwa seputar Kota Balikpapan, Balikpapanku juga dapat membantu *followers* dalam memberitakan info kehilangan seperti barang berharga. Pernyataan selanjutnya mengenai responden yang mengetahui jika Balikpapanku dapat membantu *followers* memberitakan info kehilangan. Hasil perolehan data dipaparkan pada tabel berikut.

Tabel 3.12 Perolehan Persentase Responden mengenai Balikpapanku dapat Membantu Followers Memberitakan Info Kehilangan

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	55	55%
Setuju (S)	34	34%
Netral (N)	11	11%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 10, 2021

Hasil data yang dipaparkan pada tabel 3.12 menunjukkan bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 55% memilih sangat setuju dan sebanyak 11% memilih netral. Dilihat dari tabel sebelumnya mengenai kerjasama antara akun Balikpapanku dengan *follower*, responden yang memilih netral meningkat 3%. Hal ini dapat disebabkan karena responden cukup setuju dengan pernyataan tersebut meski tidak pernah mencoba atau meminta bantuan kepada akun Balikpapanku untuk menginformasikan berita kehilangan.

Dapat dikatakan jika sebagian besar responden setuju akun Balikpapanku dapat membantu followers memberitakan info kehilangan. Seringkali orang kehilangan barang berharga seperti dompet, hp, atau motor sekalipun. Akun Balikpapanku dapat menjadi alternatif untuk mencari barang mereka karena *follower* Balikpapanku yang tergolong banyak dan sebagian besar merupakan warga Kota Balikpapan sehingga mudah menginformasikan info kehilangan tersebut.

Aktivitas Balikpapanku tidak hanya meliputi peristiwa dan memberitakan info kehilangan saja, namun turut membangun hubungan dengan *followers* yang menjadi indikator selanjutnya. Dalam membangun hubungan, Balikpapanku berinteraksi dengan memberi balasan atas komentar yang diberikan oleh follower. Penilaian responden mengenai interaksi Balikpapanku dipaparkan pada tabel berikut.

Tabel 3.13 Perolehan Persentase Responden mengenai Interaksi Balikpapan pada Followers

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	31	31%
Setuju (S)	37	37%
Netral (N)	29	29%
Tidak Setuju	3	3%
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 11, 2021

Dari hasil perolehan data pada tabel 3.13 diatas menunjukkan hasil yang cukup tidak jauh berbeda yaitu persentase setuju mendapat suara terbanyak dengan 37%, sangat setuju sebesar 31% dan netral sebesar 29%. Hal ini menunjukkan bahwa balikpapanku aktif berinteraksi dengan follower dari bertukar pendapat hingga membalas komentar followers. Interaksi ini membentuk hubungan dan membangun kepercayaan followers untuk bekerjasama dengan balikpapanku. Namun, beberapa memilih tidak setuju yang berarti masih banyak responden tidak yakin akan interaksi serta *feedback* yang diberikan oleh balikpapanku. Terdapat 3 responden memilih jawaban tidak setuju yang dapat disebabkan oleh beberapa faktor yaitu kurangnya interaksi dari akun balikpapanku serta responden yang tidak pernah berinteraksi atau meninggalkan *feedback* di akun balikpapanku.

Pada hasil penilaian di pernyataan ini dinilai cukup dalam memiliki *connection* atau hubungan dengan *followers*. Meskipun masih ada responden yang memilih tidak setuju, namun interaksi yang dilakukan dapat mempengaruhi koneksi atau menjalin hubungan yang baik dengan *followers*.

Balikpapanku sebagai media online tidak hanya memberikan konten monoton tetapi juga banyak konten hiburan dan candaan viral yang beredar di media sosial dengan menambahkan *caption* unik di tiap postingannya. Pernyataan selanjutnya untuk mengetahui penilaian responden mengenai konten hiburan yang disajikan oleh balikpapanku pada tabel berikut.

Tabel 3.14 Perolehan Persentase Responden mengenai Konten Hiburan yang Disajikan oleh Balikpapanku

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	27	27%
Setuju (S)	38	38%
Netral (N)	28	28%
Tidak Setuju	6	6%
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 12, 2021

Pada tabel 3.14 diatas, berdasarkan penilaian mengenai konten hiburan yang disajikan oleh akun balikpapanku dinilai bahwa mayoritas setuju bahwa postingan hiburan yang dibagikan oleh balikpapanku dapat menghibur *followers*. Konten hiburan ini sering dibagikan oleh balikpapanku saat tidak ada pemberitaan atau peristiwa yang terjadi di Kota Balikpapan. Hal ini dapat membantu balikpapanku meningkatkan interaksi dan *engagement* dari *followers* sehingga konten yang disajikan tidak monoton dan membosankan. Meskipun begitu, beberapa memberikan penilaian berbeda yaitu sebanyak 6 responden memilih tidak setuju dan hanya 1 responden yang memilih sangat tidak setuju. Perolehan tidak setuju dari kemungkinan terjadi karena ketidaktertarikan responden terhadap konten yang dibagikan atau selera humor yang berbeda dengan apa yang dibagikan oleh balikpapanku.

Selain meningkatkan hubungan dengan *followers* melalui interaksi di komentar atau *Instagram story*, konten hiburan juga memberikan *engagement* untuk mengetahui tingkat interaksi yang didapatkan dan menambah keeratan hubungan dengan *followers*.

Dilihat dari keseluruhan hasil temuan penelitian pada variabel efektivitas konten dengan menggunakan berbagai indikator berbeda, pernyataan-pernyataan pada variabel ini mendapat respon yang cukup baik. Dimana konten yang disajikan cukup efektif meskipun beberapa pernyataan masih mendapat respon tidak setuju maupun sangat tidak setuju seperti yang tertera pada tiap tabel yang telah dipaparkan diatas.

C. Kategori Variabel Efektivitas Konten (X₁)

Dari 12 pernyataan mengenai efektivitas konten, didapatkan hasil interval berdasarkan persebaran skor jawaban dari temuan penelitian yaitu sebagai berikut:

$$i = \frac{R}{K}$$

$$i = \frac{(12 \times 5) - (12 \times 1)}{5}$$

$$i = \frac{48}{5}$$

$$i = 9,6 = 10$$

Keterangan:

i = Lebar Interval

R = Jarak Pengukuran

K = Jumlah Interval

Berdasarkan perhitungan lebar interval diatas, diperoleh lima kategori skor yang di klasifikasi sebagai berikut:

Sangat Efektif	= 52 – 61
Efektif	= 42 – 51
Cukup Efektif	= 32 – 41
Kurang Efektif	= 22 – 31
Tidak Efektif	= 12 – 21

Tabel 3.15 Persentase Skor Responden Berdasarkan Efektivitas Konten

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat Efektif	52 – 61	39	39%
Efektif	42 – 51	51	51%
Cukup Efektif	32 – 41	10	10%
Kurang Efektif	22 – 31	0	0%
Tidak Efektif	12 – 21	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Dilihat dari data pada tabel diatas menunjukkan hasil lima kategori berdasarkan jawaban responden yang dikumpulkan pada variabel efektivitas konten

yang terbagi menjadi sangat efektif, efektif, cukup efektif, kurang efektif, dan tidak efektif. Pembagian interval kategori disesuaikan dengan hasil hitung yang telah didapatkan.

Berdasarkan hasil hitung interval yang didapatkan, diketahui bahwa kategori yang memiliki frekuensi paling banyak terdapat pada kategori efektif sebesar 51%. Hal ini membuktikan bahwa hasil jawaban responden pada variabel efektivitas konten terbilang efektif terhadap variabel kebutuhan informasi followers. Artinya mayoritas responden menyetujui konten balikpapanku sangat membantu dan bermanfaat dalam pemenuhan kebutuhan informasi followersnya. Selanjutnya hasil temuan penelitian pada variabel intensitas penggunaan sosial media akan dijabarkan sebagai berikut.

D. Variabel Intensitas Penggunaan Sosial Media Instagram

Pada variabel selanjutnya mengenai intensitas penggunaan sosial media Instagram, terdapat tiga indikator yang dijabarkan menjadi 10 pernyataan. Berikut hasil temuan pernyataan pertama yang didapat oleh peneliti pada variabel ini.

Tabel 3.16 Perolehan Persentase Responden mengenai Sering Melihat Konten Instagram Balikpapanku

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	16	16%
Setuju (S)	41	41%
Netral (N)	32	32%
Tidak Setuju	9	9%
Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 13, 2021

Pada indikator frekuensi di pernyataan pertama yaitu seberapa sering melihat konten yang ditampilkan oleh akun balikpapanku. Ditemukan bahwa jawaban terbanyak responden di pilihan setuju sebanyak 41% dan nilai terbanyak kedua yaitu jawaban netral sebanyak 32%. Sehingga kebanyakan responden cukup setuju bahwa sering melihat konten Instagram balikpapanku muncul di halaman sosial media mereka. Dalam aktivitasnya, balikpapanku membagikan *postingan* kurang lebih 5~7

konten perhari sehingga followers dapat melihat informasi yang dibagikan oleh balikpapanku dan lebih sering muncul di halaman sosial media mereka.

Dalam mencari informasi, orang masih bingung bagaimana cara mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Dengan adanya akun Instagram balikpapanku yang memasukkan informasi mengenai Kota Balikpapan, dapat memudahkan followers mencari informasi apa yang mereka butuhkan. Pernyataan selanjutnya yaitu untuk mengetahui apakah followers sering mencari informasi mengenai Kota Balikpapan lewat akun balikpapanku, hasil temuan penelitian akan dipaparkan pada tabel berikut.

Tabel 3.17 Perolehan Persentase Responden mengenai Sering Mencari Informasi Kota Balikpapan lewat Akun Balikpapanku

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	28	28%
Setuju (S)	46	46%
Netral (N)	23	23%
Tidak Setuju	2	2%
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 14, 2021

Dari hasil data pada tabel 3.17 diatas, dapat dilihat hasil temuan mengenai frekuensi responden dalam mencari informasi melalui akun balikpapanku. Mayoritas responden memilih setuju sebanyak 46%, disusul dengan jawaban sangat setuju sebanyak 28% dan netral yang tidak jauh berbeda sebanyak 23%. Artinya, sebagian responden setuju jika balikpapanku memiliki cukup banyak informasi yang berguna bagi *followers*-nya tanpa harus mencari informasi dari sumber yang lain. Meski masih ada responden yang memilih tidak setuju sebanyak 2% dan sangat tidak setuju walaupun hanya 1%, ini membuktikan bahwa tidak semua *followers* bergantung pada akun balikpapanku dalam mencari informasi dan kemungkinan mencari sumber informasi dari akun lain yang serupa.

Hasil pernyataan ini masih tergolong cukup baik dikarenakan mayoritas responden yang memilih setuju, didukung oleh jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju yang lebih sedikit dibandingkan tabel sebelumnya. Hal ini membuktikan

bahwa responden lebih setuju jika waktu yang dihabiskan untuk membuka akun balikpapanku lebih banyak untuk mencari informasi terkait Kota Balikpapan. Setelah mengetahui bahwa beberapa responden yang mengandalkan balikpapanku untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka, selanjutnya melihat intensitas responden dalam membaca konten balikpapanku setiap hari.

Tabel 3.18 Perolehan Persentase Responden mengenai Membaca *Postingan* Akun Balikpapanku Setiap Hari

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	9	9%
Setuju (S)	24	24%
Netral (N)	41	41%
Tidak Setuju	19	19%
Sangat Tidak Setuju (STS)	7	7%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 15, 2021

Dilihat dari tabel 3.18 diatas, menunjukkan hasil perolehan data atas pernyataan responden membaca *postingan* akun balikpapanku setiap hari. Berdasarkan data yang didapatkan, sebanyak 41 responden memilih netral, disusul pilihan setuju sebanyak 24% dan tidak setuju sebanyak 19% dalam menanggapi pernyataan tersebut. Mayoritas responden merasa belum membaca konten balikpapanku setiap hari. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti konten balikpapanku yang cukup banyak dan terlalu beragam, keterbatasan waktu responden dalam membuka media sosial setiap harinya atau belum menjadikan akun balikpapanku sebagai sumber informasi utama.

Konten balikpapanku memang cukup beragam sehingga bisa saja beberapa responden tidak tertarik melihat seluruh *postingan* balikpapanku setiap hari. Namun, sesuai fungsi utamanya yaitu membagikan informasi atau berita terkini seputar Kota Balikpapan, perlu dilihat intensitas *followers* dalam mencari informasi tersebut setiap harinya. Selanjutnya melihat hasil data dari pernyataan responden dalam mengecek akun balikpapanku untuk melihat informasi atau berita terbaru setiap hari.

Tabel 3.19 Perolehan Persentase Responden mengenai Pengecekan Akun Balikpapanku untuk Melihat Berita Terbaru Setiap Hari

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	10	10%
Setuju (S)	24	27%
Netral (N)	28	28%
Tidak Setuju	33	33%
Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 16, 2021

Berdasarkan hasil perolehan data yang dipaparkan pada tabel 3.19 diatas, menunjukkan bahwa jawaban terbanyak yang dipilih oleh responden yaitu tidak setuju dengan persentase sebesar 33%, diikuti oleh jawaban netral 28% dan jawaban setuju sebanyak 27%. Walaupun beberapa jawaban memilih selisih yang tidak terlalu besar, namun mayoritas memilih tidak setuju terhadap pernyataan ini. Hal ini dapat disebabkan karena responden tidak secara khusus membuka profil akun balikpapanku untuk mengecek informasi terbaru yang dibagikan. Banyak responden membaca *postingan* balikpapanku karena muncul di beranda sosial media mereka sehingga responden dapat melewati konten balikpapanku yang telah di *upload*. Faktor lain dapat disebabkan keterbatasan waktu untuk mengecek akun balikpapanku untuk melihat apakah ada *postingan* baru atau tidak atau belum menjadikan akun balikpapanku sebagai sumber informasi utama.

Dapat disimpulkan dari tiap pernyataan pada indikator frekuensi masih tergolong kurang baik karena masih banyak responden yang memilih jawaban netral maupun tidak setuju. Responden menilai bahwa sering melihat konten atau informasi yang disajikan balikpapanku, belum tentu dilakukan setiap hari. Indikator berikutnya mengenai durasi responden dalam menggunakan media sosial Instagram. Pernyataan berikutnya yaitu mengenai durasi yang dihabiskan oleh responden dalam mendapatkan informasi di akun balikpapanku.

Tabel 3.20 Perolehan Persentase Responden mengenai Akses Akun Balikpapanku Kurang Dari 10 Menit

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	17	17%
Setuju (S)	38	38%
Netral (N)	22	22%
Tidak Setuju	15	15%
Sangat Tidak Setuju (STS)	8	8%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 17, 2021

Dilihat dari hasil perolehan data pada tabel 3.20, menunjukkan jawaban pada pernyataan responden yang mengakses akun balikpapanku untuk mendapatkan informasi kurang dari 10 menit. Dari data yang ditampilkan, diketahui jawaban setuju sebanyak 38%, sedangkan responden sangat setuju dan tidak setuju memiliki persentase yang berbeda tipis yaitu hanya 2%. Meski mayoritas responden memilih setuju, namun persentase responden memiliki perbedaan yang tidak terlalu jauh. Hal ini menunjukkan bahwa mereka menghabiskan waktu yang tidak pasti kurang dari 10 menit untuk mengakses informasi di balikpapanku. Mayoritas responden tidak memerlukan durasi yang terlalu lama untuk mencari informasi yang dibutuhkan. Sedangkan durasi responden lainnya menurut hasil data pada pernyataan berikutnya bisa dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 3.21 Perolehan Persentase Responden mengenai Akses Akun Balikpapanku Lebih Dari 10 Menit

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	7	7%
Setuju (S)	15	15%
Netral (N)	28	28%
Tidak Setuju	37	37%
Sangat Tidak Setuju (STS)	13	13%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 18, 2021

Tabel diatas menunjukkan hasil jawaban responden yang mengakses akun balikpapanku lebih dari 10 menit untuk mendapatkan informasi. Terlihat bahwa jawaban setuju mendapatkan nilai 15% dan sangat setuju sebanyak 7%. Dilihat dari perbandingan pada tabel sebelumnya bahwa responden yang memilih tidak setuju dalam mengakses akun balikpapan kurang dari 10 menit, namun memilih untuk mengakses lebih dari 10 menit. Hal ini didukung dari hasil jawaban responden yang kurang lebih sesuai dengan tabel sebelumnya. Meskipun masih ada responden lainnya yang banyak memilih netral karena bisa merasa tidak yakin seberapa lama saat menghabiskan waktu untuk mendapatkan informasi di akun balikpapanku.

Indikator selanjutnya mengenai menarik tidaknya konten yang disajikan oleh balikpapanku. Konten yang disajikan balikpapanku sangat beragam dan unggahannya selalu menggunakan template yang serupa di tiap *postingan*. Sehingga dicari tahu apakah konten balikpapanku tetap menarik walaupun secara visual monoton dan hanya menggunakan template yang sama. Hasil pernyataan berikutnya dipaparkan pada tabel dibawah.

Tabel 3.22 Perolehan Persentase Responden mengenai Konten yang Disajikan oleh Balikpapanku Menarik

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	23	23%
Setuju (S)	44	44%
Netral (N)	30	30%
Tidak Setuju	3	3%
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 19, 2021

Tabel diatas menunjukkan hasil temuan data dari pernyataan responden mengenai indikator atensi yaitu merasa konten yang disajikan oleh akun balikpapanku menarik, sebesar 44% jawaban responden memilih setuju dan disusul persentase jawaban netral sebesar 30%. Dapat dikatakan bahwa mayoritas responden

merasa konten balikpapanku menarik walaupun menggunakan template yang sama dan monoton.

Pemicu ketertarikan *followers* dapat disebabkan oleh berbagai faktor, misalnya konten yang informatif atau menghibur. Perolehan hasil temuan data dari pernyataan selanjutnya mengenai ketertarikan responden karena konten balikpapanku bersifat informatif.

Tabel 3.23 Perolehan Persentase Responden mengenai Ketertarikan terhadap Konten Balikpapanku yang Informatif

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	28	28%
Setuju (S)	48	48%
Netral (N)	23	23%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 20, 2021

Berdasarkan hasil perolehan data pada tabel 3.23, menunjukkan bahwa sebanyak 48 responden setuju jika mereka tertarik dengan konten yang disajikan oleh akun balikpapanku karena bersifat informatif. Dapat dikatakan bahwa konten balikpapanku yang bersifat informatif lebih menarik bagi mayoritas responden. Hal ini didukung oleh hasil yang dipilih oleh responden pada pilihan setuju yang meningkat dari tabel sebelumnya. Konten balikpapanku menjadi sumber informasi yang dapat membantu para *followers* mengumpulkan informasi yang dibutuhkan.

Selanjutnya dilihat dari ketertarikan responden terhadap konten yang disajikan oleh balikpapanku yang menghibur. Berikut hasil perolehan data yang dipaparkan pada tabel dibawah.

Tabel 3.24 Perolehan Persentase Responden mengenai Ketertarikan terhadap Konten Balikpapanku yang Menghibur

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	15	15%
Setuju (S)	38	38%
Netral (N)	38	38%
Tidak Setuju	9	9%
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 21, 2021

Dari data yang telah diperoleh, menunjukkan jawaban responden atas pernyataan ketertarikan terhadap konten yang disajikan oleh akun balikpapanku karena dapat menghibur. Berdasarkan hasil data pada tabel 3.24, jawaban setuju dan netral mendapatkan nilai yang sama dengan persentase sebesar 38%. Hal ini memperlihatkan bahwa sebagian besar responden cukup setuju jika konten yang disajikan oleh balikpapanku dapat menghibur *followersnya*. Namun, lebih banyak responden memilih setuju pada tabel sebelumnya sehingga menunjukkan bahwa responden merasa lebih tertarik dengan konten balikpapanku yang informatif daripada konten yang menghibur.

Dari hasil seluruh jawaban responden atas pernyataan-pernyataan pada variabel intensitas penggunaan media sosial yang telah dibagikan, hasil yang ditemukan cukup beragam. Tiap pernyataan mendapatkan jawaban yang cukup baik walaupun beberapa pernyataan menunjukkan jawaban responden yang memilih netral maupun tidak setuju seperti yang tertera di tiap tabel yang telah dipaparkan diatas.

E. Kategori Variabel Intensitas Penggunaan Sosial Media Instagram (X₂)

Berdasarkan pengkategorian variabel intensitas penggunaan sosial media instagram yang memiliki 9 pernyataan, didapatkan hasil interval dari persebaran skor jawaban yang telah dibagikan yaitu sebagai berikut.

$$i = \frac{R}{K}$$

$$i = \frac{(9 \times 5) - (9 \times 1)}{5}$$

$$i = \frac{36}{5}$$

$$i = 7,2 = 7$$

Keterangan:

i = Lebar Interval

R = Jarak Pengukuran

K = Jumlah Interval

Berdasarkan perhitungan lebar interval diatas, diperoleh lima kategori skor yang di klasifikasi sebagai berikut:

Sangat Tinggi = 37 – 43

Tinggi = 30 – 36

Sedang = 23 – 29

Rendah = 16 – 22

Sangat Rendah = 9 – 15

Tabel 3.25 Persentase Skor Responden Berdasarkan Variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	37 – 43	20	20%
Tinggi	30 – 36	41	41%
Sedang	23 – 29	34	34%
Rendah	16 – 22	5	5%
Sangat Rendah	9 – 15	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan hasil pembagian interval pada variabel intensitas penggunaan sosial media Instagram yang dikategorikan dalam 5 bagian, yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Pembagian interval kelompok disesuaikan dengan hasil hitung yang telah didapatkan.

Berdasarkan hasil hitung interval yang telah dipaparkan pada tabel 3.25, diketahui bahwa variabel intensitas penggunaan media sosial Instagram berada pada kategori yang tinggi dengan persentase sebesar 41%. Hal ini membuktikan jika hasil

penilaian yang diberikan oleh responden pada penelitian ini menunjukkan bahwa responden memiliki intensitas yang tinggi terhadap penggunaan media sosial untuk kebutuhan informasi responden.

F. Variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Variabel selanjutnya membahas mengenai pemenuhan kebutuhan informasi *followers* di akun balikpapanku dan merupakan variabel dependen dalam penelitian ini. Pembahasan hasil temuan penelitian akan dijabarkan seperti pada variabel lainnya. Terdapat empat indikator dengan 11 pernyataan, berikut hasil perolehan data pada pernyataan pertama di variabel ini.

Tabel 3.26 Perolehan Persentase Responden dalam Penyediaan Informasi Terbaru

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	46	46%
Setuju (S)	43	43%
Netral (N)	11	11%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 22, 2021

Berdasarkan data yang didapatkan pada tabel 3.26 diatas, menunjukkan mayoritas besar responden sangat setuju bahwa balikpapanku menyediakan informasi terbaru. Balikpapanku sebagai penyedia sumber informasi yang memberikan informasi terbaru dan *up to date* mengenai berita yang terjadi di Balikpapan maupun di seluruh Indonesia. Namun, meski mayoritas memilih setuju, hanya sebanyak 11 responden yang memilih netral. Hal ini dapat disebabkan karena sebagian responden terkadang telah mendapatkan berita terbaru dari akun Instagram lainnya.

Balikpapanku menampilkan banyak berita terbaru dari berbagai sumber di Kota Balikpapan maupun di seluruh Indonesia. Akun ini sendiri dibuat dengan tujuan memberikan informasi mengenai berita yang ada di Kota Balikpapan. Hal ini mendorong responden pada pernyataan berikutnya, yaitu responden menjadi lebih

update mengenai informasi di Kota Balikpapan dari akun balikpapanku. Berikut hasil pemaparan data perolehan jawaban responden atas pernyataan tersebut.

Tabel 3.27 Perolehan Persentase Responden yang Lebih *Update* mengenai Informasi di Kota Balikpapan

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	42	42%
Setuju (S)	43	43%
Netral (N)	12	12%
Tidak Setuju	3	3%
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 23, 2021

Dari hasil perolehan data pada tabel 3.27, terlihat bahwa responden yang memilih setuju sebanyak 43% dan hanya berbeda satu responden dengan yang memilih sangat setuju. Dapat disimpulkan bahwa akun balikpapanku cukup baik dalam membuat responden lebih *update* untuk mengetahui informasi atau berita yang terjadi di Kota Balikpapan. Hal ini terlihat dari responden yang memilih tidak setuju sebesar 3%, meski pada tabel sebelumnya mayoritas sangat setuju jika balikpapanku memberikan informasi terbaru namun tidak semua informasi berkaitan dengan Kota Balikpapan.

Dengan informasi yang diberikan oleh balikpapanku, *followers* mendapatkan informasi yang bermanfaat guna memenuhi kebutuhan informasi mereka. Berbagai informasi telah diberikan oleh balikpapanku setiap harinya dapat membantu *followers* mencari informasi yang mereka butuhkan. Selain manfaat informasi yang didapatkan, pernyataan selanjutnya adalah untuk melihat apakah responden mendapatkan wawasan baru dari informasi yang diberikan oleh balikpapanku. Berikut hasil perolehan data yang dipaparkan pada tabel dibawah.

Tabel 3.28 Perolehan Persentase Responden yang Mendapatkan Wawasan Baru

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	28	28%
Setuju (S)	42	42%
Netral (N)	25	25%
Tidak Setuju	5	5%
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 24, 2021

Dilihat pada tabel 3.28, responden dengan persentase terbanyak yakni 42% memilih setuju jika responden mendapatkan wawasan baru dari informasi yang diberikan oleh balikpapanku meski responden yang memilih netral dan tidak setuju meningkat dari tabel sebelumnya. Sehingga, balikpapanku dinilai cukup baik dalam memberikan wawasan baru kepada *followers*-nya. Banyak manfaat yang didapatkan dalam mengakses informasi yang disediakan balikpapanku seperti masyarakat yang baru datang atau hendak merantau ke Kota Balikpapan dapat mengakses akun balikpapanku untuk mendapatkan informasi dan wawasan baru seputar Kota Balikpapan. Meski ada 5 responden memilih tidak setuju, artinya akun balikpapanku masih jarang memberikan wawasan baru kepada *followers*.

Penilaian pada indikator *current need approach* terlihat bahwa responden memberikan hasil yang tergolong baik, hal ini didukung berdasarkan hasil data yang didapatkan dari mayoritas responden yang memilih setuju di tiap pernyataan dan memiliki persentase yang serupa. Indikator selanjutnya mengenai kecepatan informasi yang disajikan oleh akun balikpapanku dari akun lain yang serupa. Hasil perolehan datanya akan dipaparkan pada tabel berikut.

Tabel 3.29 Perolehan Persentase Responden mengenai Kecepatan Informasi yang Disajikan Balikpapanku dari Akun Lain yang Serupa

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	26	26%
Setuju (S)	46	46%
Netral (N)	26	26%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 25, 2021

Pada tabel 3.29 menunjukkan hasil penilaian pernyataan mengenai kecepatan informasi yang disajikan balikpapanku dari akun lain yang serupa. Jawaban terbanyak yang dipilih responden yaitu setuju dengan persentase 46% diikuti dengan pilihan sangat setuju dan netral yang mendapatkan hasil yang sama yaitu sebesar 26%. Hal ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju bahwa akun balikpapanku memberikan informasi yang lebih cepat dan *up-to-date* daripada akun lain yang serupa. Namun, ada yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase yang sama sebesar 1%. Artinya, masih ada responden yang menganggap jika balikpapanku masih kalah cepat untuk memberikan informasi yang *ter-update*.

Selanjutnya mengenai akun balikpapanku yang dapat diakses setiap hari guna memenuhi kebutuhan informasi *followers*. Dengan ini, dapat diketahui apakah informasi yang diperlukan dapat diakses setiap hari. Berikut tabel hasil pemaparan datanya.

Tabel 3.30 Perolehan Persentase Responden mengenai Akses Informasi Balikpapanku Setiap Hari Guna Memenuhi Kebutuhan Informasi *Followers*

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	35	35%
Setuju (S)	41	41%
Netral (N)	19	19%
Tidak Setuju	5	5%
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 26, 2021

Berdasarkan hasil data yang dipaparkan pada tabel 3.30, menunjukkan bahwa responden sebanyak 41% memilih setuju, 35% memilih sangat setuju, sisanya sebanyak 19% memilih netral dan 5% memilih tidak setuju. Hal ini menunjukkan jika informasi yang disediakan Balikpapanku berguna untuk kebutuhan informasi sehari-hari. *Followers* dapat mengakses informasi dengan mudah menggunakan akun Balikpapanku.

Meskipun akun Balikpapanku menyediakan akses informasi sehari-hari, apakah responden mengetahui jika Balikpapanku tetap aktif meng-*upload* konten setiap harinya. Berikut tabel yang menunjukkan jawaban atas pernyataan selanjutnya.

Tabel 3.31 Perolehan Persentase Responden mengenai Balikpapanku yang Aktif *Upload* Konten Setiap Hari

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	34	34%
Setuju (S)	46	46%
Netral (N)	20	20%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 27, 2021

Hasil persebaran data pada tabel 3.31 menunjukkan sebanyak 46 responden memilih jawaban setuju dan menjadi hasil perolehan jawaban mayoritas yang dipilih

oleh responden. Sementara sisanya sebanyak 34 responden memilih sangat setuju dan sebanyak 20 responden memilih netral. Kebanyakan responden setuju bahwa balikpapanku secara aktif meng-*upload* konten setiap hari. Dengan aktivitas tersebut, membuat *engagement* balikpapanku meningkat dan dapat memenuhi kebutuhan informasi *follower* yang beragam. Dibandingkan tabel sebelumnya, responden terlihat lebih mengetahui rutinitas akun balikpapanku yang aktif meng-*upload* konten setiap hari. Hal ini didukung oleh tidak adanya responden yang memilih tidak setuju pada pernyataan ini.

Pernyataan selanjutnya mengenai responden yang mendapatkan informasi dari akun balikpapanku secara rutin. Hasil jawaban responden akan dipaparkan pada tabel berikut.

Tabel 3.32 Perolehan Persentase Responden yang Mendapatkan Informasi Secara Rutin

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	20	20%
Setuju (S)	37	37%
Netral (N)	34	34%
Tidak Setuju	9	9%
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 28, 2021

Berdasarkan hasil perolehan data pada tabel 3.32 terlihat bahwa jawaban terbanyak responden sepakat memilih setuju dengan persentase sebesar 37% dan disusul oleh jawaban responden yang menjawab netral sebanyak 34%. Dapat dilihat jika balikpapanku terbukti memberikan informasi kepada *followers*nya secara rutin. Namun hasil pada pernyataan ini memperlihatkan bahwa walaupun akun balikpapanku telah aktif meng-*upload* konten setiap hari seperti yang dijabarkan pada tabel sebelumnya, beberapa responden tidak mendapatkan informasi secara rutin. Artinya, ada kalanya informasi yang diberikan oleh akun balikpapanku tidak memenuhi kebutuhan *followers*. Hal ini dibuktikan berdasarkan penilaian responden yang masih memilih tidak setuju sebanyak 9%.

Indikator selanjutnya mengenai informasi yang detail dan lengkap sesuai kebutuhan *follower*. Dari sekian informasi yang disampaikan oleh akun balikpapanku, apakah responden tetap mendapatkan informasi secara lengkap dan detail dari akun balikpapanku. Jawaban atas pernyataan responden akan dipaparkan pada tabel dibawah sebagai berikut.

Tabel 3.33 Perolehan Persentase Responden yang Mendapatkan Informasi Secara Lengkap dan Detail

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	18	18%
Setuju (S)	38	38%
Netral (N)	41	41%
Tidak Setuju	3	3%
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 29, 2021

Data yang ada pada tabel diatas menampilkan hasil indikator *exhaustic need approach* atau memberikan informasi secara lengkap dan detail. Diketahui bahwa jawaban responden terbanyak memilih netral sebanyak 41% dan diikuti oleh jawaban setuju yang tidak jauh berbeda sebesar 38%. Mayoritas responden tidak yakin dengan kelengkapan dan detail informasi yang diberikan oleh balikpapanku. Akun balikpapanku memberikan keterangan pada setiap *postingan* yang dibagikan di *feed* mereka, namun keterangan tersebut tidak menjelaskan secara detail mengenai kejadian yang terjadi di *postingan* tersebut.

Kebutuhan informasi tiap individu berbeda-beda, sehingga informasi yang diberikan harus berbagai informasi yang mampu menjangkau banyak orang. Pernyataan berikutnya yaitu untuk mengetahui jika akun balikpapanku menyediakan informasi yang relevan dengan kebutuhan informasi responden. Berikut hasil data dari kuesioner yang telah dijawab oleh responden.

Tabel 3.34 Perolehan Persentase Responden Mendapatkan Informasi yang Relevan

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	21	21%
Setuju (S)	38	38%
Netral (N)	39	39%
Tidak Setuju	2	2%
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 30, 2021

Dari perolehan hasil data yang dipaparkan pada tabel 3.34 menunjukkan bahwa penilaian responden memiliki perbedaan tipis yaitu sebesar 38% memilih setuju dan 39% memilih netral. Informasi yang dibagikan balikpapanku sendiri sangat beragam sehingga mampu memberikan informasi yang berguna untuk *follower*. Dapat dikatakan bahwa responden menilai cukup baik dalam mendapatkan informasi yang relevan daripada informasi yang lengkap dan detail.

Pernyataan selanjutnya yaitu mengenai responden mendapatkan informasi yang lengkap tentang suatu topik atau peristiwa dari akun balikpapanku. Jawaban responden akan dipaparkan pada tabel dibawah sebagai berikut.

Tabel 3.35 Perolehan Persentase Responden yang Mendapatkan Informasi dengan Lengkap mengenai Suatu Peristiwa

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	23	23%
Setuju (S)	45	45%
Netral (N)	27	27%
Tidak Setuju	5	5%
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 31, 2021

Bisa dilihat hasil perolehan data pada tabel 3.35 yang menunjukkan bahwa jawaban terbanyak responden memilih setuju yaitu sebesar 45%. Dapat dikatakan

jika mayoritas responden mendapatkan informasi yang lengkap mengenai peristiwa di Kota Balikpapan. Mayoritas kedua yang dipilih oleh responden yaitu netral dengan persentase sebesar 27%. Peristiwa yang terjadi di Kota Balikpapan biasanya tidak banyak diliput oleh media seperti televisi sehingga masyarakat kesulitan mencari informasi lengkapnya. Dengan akun balikpapanku, masyarakat mendapatkan penjelasan terkait peristiwa yang tengah menimpa di kalangan masyarakat dengan mudah. Namun, tak jarang informasi yang diberikan tidak begitu lengkap sehingga masyarakat tidak mendapatkan informasi secara jelas dan terperinci. Oleh karena itu, sebanyak 5 responden yang masih memilih tidak setuju.

Penilaian pada indikator *exhaustic need approach* mendapatkan hasil yang cukup karena pilihan netral di beberapa pernyataan memperoleh hasil terbanyak. Indikator selanjutnya yaitu mengetahui apakah responden mendapatkan informasi yang ringkas dari akun balikpapanku. Berikut hasil perolehan data yang akan dipaparkan pada tabel dibawah.

Tabel 3.36 Perolehan Persentase Responden Mendapatkan Informasi yang Ringkas sesuai dengan Kebutuhan Informasinya

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju (SS)	30	30%
Setuju (S)	43	43%
Netral (N)	24	24%
Tidak Setuju	3	3%
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuesioner Nomor 32, 2021

Hasil persebaran diatas dapat dilihat bahwa jawaban setuju menjadi pilihan terbanyak yaitu memperoleh 43% suara. Mayoritas responden setuju jika balikpapanku memberikan informasi yang ringkas sesuai dengan kebutuhan informasi *followers*. Di akun balikpapanku memberikan penjelasan yang singkat dan jelas dengan bahasa khas orang Balikpapan sehingga informasi yang dibagikan dapat lebih mudah dipahami. Meskipun begitu, sebanyak 3 responden memilih tidak setuju dengan pernyataan bahwa balikpapanku memberikan informasi yang ringkas sesuai kebutuhan informasi yang diperlukan.

Hasil seluruh jawaban atas pernyataan-pernyataan pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi secara keseluruhan mendapatkan hasil yang positif. Meski demikian, ada pernyataan yang mendapatkan persentase jawaban netral yang lebih dominan walaupun dengan persentase yang cukup tipis.

G. Kategori Variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y₁)

Berdasarkan persebaran skor jawaban responden atas 11 pernyataan mengenai pemenuhan kebutuhan informasi, diperoleh lebar interval sebagai berikut:

$$i = \frac{R}{K}$$

$$i = \frac{(11 \times 5) - (11 \times 1)}{5}$$

$$i = \frac{44}{5}$$

$$i = 8,8 = 9$$

Keterangan:

i = Lebar Interval

R = Jarak Pengukuran

K = Jumlah Interval

Berdasarkan perhitungan lebar interval diatas, diperoleh lima kategori skor yang di klasifikasi sebagai berikut:

Sangat Terpenuhi	= 47 – 55
Terpenuhi	= 38 – 46
Cukup Terpenuhi	= 29 – 37
Kurang Terpenuhi	= 20 – 28
Tidak Terpenuhi	= 11 – 19

Tabel 3.37 Persentase Skor Responden Berdasarkan Variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat Terpenuhi	47 – 55	34	34%
Terpenuhi	38 – 46	45	45%
Cukup Terpenuhi	29 – 37	20	20%
Kurang Terpenuhi	20 – 28	1	1%
Tidak Terpenuhi	11 – 19	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan hasil pembagian interval pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi yang dikategorikan dalam 5 kategori, yaitu sangat terpenuhi, terpenuhi, cukup terpenuhi, kurang terpenuhi, dan tidak terpenuhi. Pembagian interval kelompok ditetapkan dengan hasil hitung yang telah dilakukan.

Tabel 3.37 memperlihatkan hasil penilaian data responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kebutuhan responden terpenuhi oleh akun balikpapanku. Hal ini terbukti pada frekuensi paling banyak dari hasil jawaban responden berada di kategori terpenuhi dengan interval 38 – 46 memiliki persentase sebesar 45%. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa kebutuhan informasi *followers* akun balikpapanku telah terpenuhi.

H. Tabulasi Silang

Tabulasi silang atau *crosstab* merupakan salah satu metode analisis yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Pada penelitian ini metode tabulasi silang dilakukan sebanyak 2 kali, yaitu tabulasi silang antara efektivitas konten (X_1) dengan pemenuhan kebutuhan informasi (Y) dan intensitas penggunaan media sosial (X_2) dengan pemenuhan kebutuhan informasi (Y). Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.38 Tabulasi Silang antara Efektivitas Konten (X₁) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Efektivitas Konten (X ₁)	Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)					Total
	Sangat Terpenuhi	Terpenuhi	Cukup Terpenuhi	Kurang Terpenuhi	Tidak Terpenuhi	
Sangat Efektif	29 74.4%	10 25.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	39 100.0%
Efektif	5 9.8%	32 62.7%	14 27.5%	0 0.0%	0 0.0%	51 100.0%
Cukup Efektif	0 0.0%	3 30.0%	6 60.0%	1 10.0%	0 0.0%	10 100.0%
Kurang Efektif	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
Tidak Efektif	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
Total	34 34.0%	45 45.0%	20 20.0%	1 1.0%	0 0.0%	100 100.0%

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2022

Dari data tabulasi silang pada tabel diatas menunjukkan hasil persilangan antara variabel efektivitas konten dengan pemenuhan kebutuhan informasi. Diketahui bahwa hasil frekuensi paling besar terdapat pada *cell* kebutuhan informasi *followers* dipenuhi oleh konten yang efektif. Dapat dilihat dari hasil jumlah persilangan dua variabel yaitu sebanyak 32 orang atau persentase sebesar 62,7%. Artinya, sebanyak 32 dari 100 responden menilai bahwa kebutuhan informasi *followers* dapat terpenuhi dengan konten yang efektif.

Sementara untuk jumlah tabulasi silang terbesar kedua terdapat pada *cell* efektivitas konten yang sangat efektif dapat membuat kebutuhan informasi sangat terpenuhi yang bernilai sebanyak 29 orang atau 74,4%. Jumlah tersebut dapat diartikan bahwa responden menilai konten yang sangat efektif dapat sangat memenuhi kebutuhan informasi *followers* di akun balikpapanku.

Tabel 3.39 Tabulasi Silang antara Intensitas Penggunaan Media Sosial (X₂) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Intensitas Penggunaan Media Sosial (X ₂)	Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)					Total
	Sangat Terpenuhi	Terpenuhi	Cukup Terpenuhi	Kurang Terpenuhi	Tidak Terpenuhi	
Sangat Tinggi	16 80.0%	4 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	20 100.0%
Tinggi	15 36.6%	22 53.7%	4 9.8%	0 0.0%	0 0.0%	41 100.0%
Sedang	3 8.8%	17 50.0%	6 60.0%	0 0.0%	0 0.0%	34 100.0%
Rendah	0 0.0%	2 40.0%	2 40.0%	1 20.0%	0 0.0%	5 100.0%
Sangat Rendah	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
Total	34 34.0%	45 45.0%	20 20.0%	1 1.0%	0 0.0%	100 100.0%

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2022

Berdasarkan data tabulasi silang pada tabel 3.39 diatas, dijelaskan tentang persilangan antara variabel intensitas penggunaan media sosial dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Dapat dilihat jika hasil tabulasi silang terbesar terdapat pada *cell* intensitas penggunaan media sosial yang tinggi dengan pemenuhan kebutuhan informasi telah terpenuhi. Hal ini ditunjukkan dari hasil jumlah persilangan dua variabel tersebut, yaitu sebanyak 22 orang atau sebesar 53,7%. Sehingga, dapat dikatakan bahwa kebutuhan informasi *followers* dapat terpenuhi karena intensitas penggunaan sosial media yang tinggi.

Selain itu, terdapat hasil tabulasi terbesar kedua sejumlah 17 orang atau sebesar 50,0% masuk dalam kategori intensitas penggunaan media sosial yang sedang dapat memenuhi kebutuhan informasi *followers* akun balikpapanku.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama pengumpulan data, responden memberikan jawaban yang beragam seperti yang diuraikan pada bab sebelumnya. Bab ini akan menjelaskan mengenai hasil dari data yang ditemukan dan diolah menggunakan aplikasi spss serta menguraikan hipotesis penelitian. Adapun hasil pemaparan data temuan adalah sebagai berikut.

A. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menguji kelayakan item pada suatu draft pertanyaan atau pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji ini melihat nilai kesahihan dari suatu instrument dengan mencari nilai kevalidannya. Suatu instrumen dapat dikatakan valid jika instrumen yang akan atau sedang digunakan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur.

Sebelum melakukan penyebaran kuesioner kepada sejumlah sampel yang telah dihitung. Sebelum melakukan uji validitas kepada sejumlah responden yang telah ditentukan, peneliti melakukan uji coba instrumen terhadap 30 responden secara acak. Uji coba instrumen dilakukan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak. Sehingga, nilai r tabel yang digunakan dari jawaban 30 responden dan taraf signifikansi 5% adalah 0,361. Maka didapatkan hasil uji validitas tiap variabel sebagai berikut.

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Efektifitas Konten

No. Item	R Tabel	R Hitung	Keterangan
1	0.361	0.768	Valid
2	0.361	0.680	Valid
3	0.361	0.728	Valid
4	0.361	0.459	Valid
5	0.361	0.702	Valid
6	0.361	0.613	Valid
7	0.361	0.770	Valid
8	0.361	0.568	Valid
9	0.361	0.647	Valid
10	0.361	0.422	Valid
11	0.361	0.515	Valid
12	0.361	0.581	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan hasil perhitungan uji validitas pada variabel efektivitas konten menggunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dan $N = 30$ maka digunakan r tabel sebesar 0,361. Dari hasil data pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan pada variabel efektivitas konten dinyatakan valid karena nilai r hitungnya lebih dari 0,361.

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Intensitas Penggunaan Media Sosial

No. Item	R Tabel	R Hitung	Keterangan
1	0.361	0.810	Valid
2	0.361	0.599	Valid
3	0.361	0.782	Valid
4	0.361	0.869	Valid
5	0.361	0.567	Valid
6	0.361	0.740	Valid
7	0.361	0.760	Valid
8	0.361	0.693	Valid
9	0.361	0.742	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Dapat dilihat pada tabel diatas, hasil perhitungan uji validitas pada variabel intensitas penggunaan media sosial menggunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dan $N = 30$ maka digunakan r tabel sebesar 0,361. Dari hasil data pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan pada variabel intensitas penggunaan media sosial dinyatakan valid karena nilai r hitungnya lebih dari 0,361.

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Pemenuhan Kebutuhan Informasi

No. Item	R Tabel	R Hitung	Keterangan
1	0.361	0.540	Valid
2	0.361	0.625	Valid
3	0.361	0.864	Valid
4	0.361	0.796	Valid
5	0.361	0.737	Valid
6	0.361	0.458	Valid
7	0.361	0.816	Valid
8	0.361	0.815	Valid
9	0.361	0.800	Valid
10	0.361	0.653	Valid
11	0.361	0.822	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan hasil perhitungan uji validitas pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi menggunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dan $N = 30$ maka digunakan r tabel sebesar 0,361. Dari hasil data pada tabel diatas, dinyatakan bahwa pernyataan-pernyataan pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi dinyatakan valid karena nilai r hitungnya lebih dari 0,361.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu konsistensi pengukuran terhadap suatu instrument walaupun telah dilakukan berulang-ulang. Uji reliabilitas ini digunakan dengan metode *reliability analysis* dengan *cronbach alpha*. Variabel pada penelitian dapat dikatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,60. Hasil pengujian reliabilitas ditunjukkan sebagai berikut.

Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Efektivitas Konten

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.850	12

Dari tabel diatas, diketahui bahwa nilai pada kolom *cronbach's alpha* dari variabel efektivitas konten adalah sebesar 0,850. Hal ini berarti variabel efektivitas konten memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,60. Sehingga, hasil uji variabel efektivitas konten dinyatakan reliabel.

Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Intensitas Penggunaan Media Sosial

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.885	9

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai pada kolom *cronbach's alpha* dari variabel intensitas penggunaan media sosial adalah sebesar 0,885. Hal ini berarti variabel intensitas penggunaan media sosial

memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,60. Sehingga, hasil uji variabel ini dinyatakan reliabel.

Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.910	11

Dari tabel diatas, diketahui bahwa nilai pada kolom *cronbach's alpha* dari variabel pemenuhan kebutuhan informasi adalah sebesar 0,910. Hal ini berarti pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,60. Sehingga, hasil uji variabel ini dinyatakan reliabel.

Pada keseluruhan temuan data yang telah diolah didapatkan hasil bahwa setiap item pernyataan yang ada pada penelitian ini telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dan dinyatakan valid serta reliabel. Sehingga, kuesioner yang disebarakan dapat digunakan untuk meneliti efektivitas konten, intensitas penggunaan media sosial dan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* balikpapanku.

B. Uji Asumsi Klasik

Uji ini merupakan prasyarat dalam penelitian sebelum melakukan analisis yang lebih lanjut. Pada penelitian ini dilakukan dengan uji normalitas dan linieritas, hasil yang diperoleh antara lain.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian data yang dilakukan untuk mengetahui jika nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan *kolmogorov smirnov*. Berikut merupakan hasil uji normalitas yang didapatkan.

Tabel 4.7 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.87576725
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.082
	Negative	-.039
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.097 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Data dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05. Hasil uji normalitas menunjukkan jika nilai yang diperoleh di tabel 4.7 pada kolom *Asymp. Sig (2-tailed)* mendapatkan nilai sebesar 0,097 dimana lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa pengujian data responden yang telah dilakukan berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Salah satu uji asumsi klasik yang dilakukan di penelitian ini yaitu dengan menguji linieritas data yang diperoleh. Uji linieritas ini berfungsi untuk mengetahui adanya keterkaitan secara linear antara variabel dependen dan variabel independen.

Proses dilakukannya pengujian linieritas melalui pengindentifikasian dari hasil teori dan observasi data yang telah didapatkan sebelumnya. Hasil yang ditunjukkan dari pengolahan data melalui *compare* mean dari variabel dependen dan variabel independen bisa diperhatikan pada tabel berikut.

Tabel 4.8 Uji Linearitas

Compare Mean	Sig	Keterangan
Efektivitas Konten * Pemenuhan Kebutuhan Informasi	0,47	Data Linear
Intensitas Penggunaan Media Sosial * Pemenuhan Kebutuhan Informasi	0,404	Data Linear

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Nilai p signifikansi menentukan jika data yang diambil memiliki hubungan yang linear atau tidak. Dalam kriteria ketentuan uji linearitas, jika nilai $p > 0,05$ maka dinyatakan memiliki hubungan linear, sedangkan jika nilai $p < 0,05$ maka data dinyatakan tidak memiliki hubungan linear. Sehingga, data yang diperoleh memiliki hubungan linear.

C. Uji Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi digunakan seberapa kuat hubungan dari kedua variabel. Peneliti melakukan uji korelasi berganda simultan karena terdapat 2 variabel independen. Berikut hasil uji yang telah didapatkan.

Tabel 4.9 Uji Korelasi

		Efektivitas Konten	Intensitas Penggunaan Media Sosial	Pemenuhan Kebutuhan Informasi
Efektivitas Konten	Pearson Correlation	1	.688**	.797**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
Intensitas Penggunaan Media Sosial	Pearson Correlation	.688**	1	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
Pemenuhan Kebutuhan Informasi	Pearson Correlation	.797**	.696**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

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

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Diketahui hasil yang didapatkan yaitu adanya hubungan antara variabel efektivitas konten dengan pemenuhan kebutuhan informasi. Hal ini ditunjukkan dari hasil nilai r hitung sebesar 0,797 dan tingkat signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dibandingkan dengan 0,005. Artinya, hubungan antara variabel efektivitas konten dengan variabel pemenuhan kebutuhan informasi dinyatakan signifikan dan berkorelasi kuat.

Kemudian hubungan antara variabel intensitas penggunaan media sosial dengan variabel pemenuhan kebutuhan informasi menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$ dan nilai r hitung sebesar 0,696. Dapat disimpulkan bahwa variabel intensitas penggunaan media sosial dengan pemenuhan kebutuhan informasi memiliki hubungan yang berkorelasi kuat dan signifikan.

D. Analisis Regresi Linear Berganda

a. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi berganda dilakukan dengan tujuan mengetahui adanya pengaruh antara variabel dependen dan variabel independen secara simultan pada hasil pengolahan data. Uji regresi berganda ini mempunyai 3 uji yang akan dilakukan pada penelitian ini yakni uji t , uji f dan koefisien determinasi. Berikut pemaparan hasil data yang diperoleh.

Tabel 4.10 Uji Regresi

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.263	3.202		.082	.935
Efektivitas Konten	.670	.088	.604	7.602	.000
Intensitas Penggunaan Media Sosial	.324	.092	.280	3.528	.001

a. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Adapun rumus dari persamaan regresi yang didapatkan adalah sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2$$

$$Y = 0,263 + 0,67X_1 + 0,324X_2$$

Keterangan:

α = Konstan

β = Koefisien

X_1 = Variabel Efektivitas Konten

X_2 = Variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial

Pada persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan konstanta sebesar 0,263 menunjukkan apabila efektivitas konten dan intensitas penggunaan media sosial diabaikan maka pemenuhan kebutuhan informasi adalah sebesar 0,263 satuan. Jika variabel efektivitas konten bertambah 1 maka akan menyebabkan kenaikan (karena tanda positif) sebesar 0,67 dan kenaikan 0,324 pada variabel intensitas penggunaan media sosial.

b. Uji T-test

Uji T bertujuan untuk memperlihatkan pengaruh parsial dari variabel dependen dengan variabel independen. Dari uji t yang dilakukan dapat membantu mengetahui hasil hipotesis yang diajukan diterima atau tidak. Hipotesis akan diterima jika nilai sig < 0,05 atau t hitung > t tabel maka dapat dikatakan adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam mengetahui t tabel digunakan rumus sebagai berikut.

$$T \text{ tabel} = \frac{\alpha}{2}; n - k - 1$$

$$T \text{ tabel} = \frac{0,05}{2}; 100 - 2 - 1$$

$$T \text{ tabel} = 0,025; 97$$

Keterangan:

α = taraf signifikansi

n = jumlah sampel penelitian

k = jumlah variabel independent

Berdasarkan rumus diatas, diketahui bahwa nilai t tabel ke 97 dengan taraf signifikansi 0,025 adalah 1,985. Sehingga didapatkan hasil sebagai berikut:

- a. Pada t tabel nilai signifikan efektivitas konten (X_1) adalah 7,602, maka dapat diketahui bahwa t hitung > t tabel yaitu $7,602 > 1,985$.

- b. Pada t tabel nilai signifikan intensitas penggunaan media sosial (X_2) adalah 3,528, maka dapat diketahui bahwa t hitung > t tabel yaitu $3,528 > 1,985$.

Setelah dilakukan pengujian T, hasil yang ditunjukkan mendapatkan adanya pengaruh yang parsial di tiap variabel independen dan variabel dependen.

c. Uji F-test

Pengujian F dilakukan mengetahui pengaruh simultan yang dihasilkan dari variabel independen dan variabel dependen. Data dinyatakan memiliki pengaruh jika nilai sig < 0,05 atau f hitung > f tabel, sehingga ditemukan pengaruh dari variabel independen yang simultan pada variabel dependen. Hasil nilai f tabel dipaparkan di tabel dibawah.

Tabel 4.11 Uji F-test

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3119.864	2	1559.932	101.748	.000 ^b
	Residual	1487.136	97	15.331		
	Total	4607.000	99			

a. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

b. Predictors: (Constant), Intensitas Penggunaan Media Sosial, Efektivitas Konten

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

F tabel didapatkan dengan melakukan perhitungan rumus dibawah.

$$F \text{ tabel} = F(k ; n - k)$$

$$F \text{ tabel} = F(2 ; 100 - 2)$$

$$F \text{ tabel} = F(2 ; 98)$$

Keterangan:

n = jumlah sampel penelitian

k = jumlah variabel independen

Berdasarkan rumus diatas, diketahui bahwa nilai f tabel ke 98 dari tingkat ke dua adalah 3,089. Sehingga, didapatkan hasil bahwa nilai

signifikansi pada tabel 4.11 menunjukkan nilai 0,000 maka nilai sig lebih besar dari 0,05 dengan nilai f hitung 101,748 > f tabel 3,089. Maka dapat dikatakan bahwa variabel independen dan dependen disini mempunyai pengaruh yang simultan.

d. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dilakukan dalam mencari persentase pada pengaruh yang diperoleh variabel dependen dengan variabel independen secara simultan. Hasil pengolahan uji koefisien determinasi ditunjukkan pada tabel dibawah.

Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Variabel	R Square	Persentase
Efektivitas Konten * Pemenuhan Kebutuhan Informasi	0,636	63,6%
Intensitas Penggunaan Media Sosial * Pemenuhan Kebutuhan Informasi	0,485	48,5%
Efektivitas Konten * Intensitas Penggunaan * Pemenuhan Kebutuhan Informasi	0,677	67,7%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Dari tabel yang dipaparkan, diketahui adanya pengaruh yang dihasilkan di tiap variabel. Hasil data yang telah didapatkan menunjukkan nilai pada pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun balikpapanku memiliki pengaruh sebesar 63,7% dari pengaruh efektivitas konten dan 36,4% sisanya karena pengaruh faktor lainnya. Sedangkan variabel lainnya yaitu intensitas penggunaan media sosial hanya mempengaruhi variabel pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 48,5%.

Hasil pengolahan data juga menunjukkan bahwa tiap variabel memiliki pengaruh yang simultan. Terlihat dari tabel 4.12 di kolom *R square* menunjukkan besaran persentase sebesar 0,677 atau 67,7%. Sehingga, dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai pengaruh yang diperoleh seluruh variabel sebanyak 67,7% dan 32,3% lainnya berpengaruh karena faktor lain.

E. Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan dalam mengambil keputusan dari asumsi jawaban pada rumusan masalah, yaitu perlu mengetahui asumsi yang dibuat dapat diterima atau tidak dengan membuktikan dari data yang dikumpulkan. Pada penelitian ini, terdapat 3 hipotesis penelitian. Hasil pemaparan pengolahan data yang dilakukan dapat membuktikan asumsi yang telah disusun pada bab sebelumnya. Hasil hipotesis penelitian yang didapat akan dipaparkan sebagai berikut.

1. H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara efektivitas konten dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun balikpapanku.

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan antara efektivitas konten dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun balikpapanku.

Hasil yang didapat dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 7,602 dan signifikansi sebesar 0,000. Maka, hal ini menunjukkan bahwa konten yang dibagikan oleh balikpapanku efektif secara **signifikan dan berpengaruh kuat** terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun balikpapanku. Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa tingkat hubungan antara variabel efektivitas konten dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun balikpapanku memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan nilai positif. Sehingga dapat diartikan bahwa semakin efektif konten yang dibagikan oleh balikpapanku maka semakin baik dalam memenuhi kebutuhan informasi *followers*-nya. Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa komunikasi yang efektif dapat menimbulkan pemahaman dimana konten yang dibagikan balikpapanku mampu memberikan pemahaman dan informasi yang dibutuhkan *followers* balikpapanku. Sehingga, keputusan yang didapat adalah hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima.

2. H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun balikpapanku.

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun balikpapanku.

Hasil yang didapat dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 3,528 dan signifikansi sebesar 0,001. Maka, hal ini menunjukkan bahwa intensitas

penggunaan media sosial yang tinggi **berpengaruh kuat dan signifikan** terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun balikpapanku. Berdasarkan penjelasan yang telah dijabarkan dapat diketahui bahwa tingkat hubungan antara variabel intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan variabel pemenuhan kebutuhan informasi memiliki tingkat hubungan yang erat dengan nilai yang positif. Artinya, bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial Instagram yang dilakukan oleh *followers* akun balikpapanku maka semakin baik pula akun tersebut memenuhi kebutuhan informasi *followers*-nya. Sesuai dengan teori yang digunakan bahwa intensitas penggunaan media sosial dapat menimbulkan ketertarikan dalam diri seseorang saat menggunakan media sosial serta terlibat minat dan penghayatan yang timbul ketika mengakses media sosial sehingga *follower* yang memberikan intensitas tinggi dapat lebih lama mencari informasi yang diinginkan dan memenuhi kebutuhan informasinya. Sehingga, keputusan yang didapat adalah hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima.

3. H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara efektivitas konten dan intensitas penggunaan media sosial dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun balikpapanku.

H_1 : Ada pengaruh yang simultan dan signifikan antara efektivitas konten dan intensitas penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun balikpapanku.

Hasil yang didapat dibuktikan dari nilai f hitung sebesar 101,748 dan signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh antara variabel independent dengan variabel dependen secara simultan atau bersama-sama yaitu variabel efektivitas konten dan intensitas penggunaan media sosial secara simultan terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi memiliki **pengaruh kuat yang positif dan signifikan**. Sehingga, keputusan yang didapat adalah hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima.

F. Efektivitas Konten Akun @balikpapanku terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* di Balikpapan

Kemunculan internet telah membuat perubahan baru kepada kehidupan manusia terutama dalam penyebaran dan mendapatkan informasi. Dengan teknologi yang berkembang begitu pesat, orang mampu mengakses informasi dengan mudah dan cepat. Perkembangan teknologi juga mendukung inovasi baru dalam penyebaran informasi. Menurut Utari (Dalam Watie, 2011), perkembangan media baru saat ini dapat menggeser kedudukan dan membawa perubahan pada karakteristik media yang umumnya dikenal konvensional, kini mulai melebur dalam media baru. Dahulu, akses informasi biasa didapatkan melalui media konvensional saja, namun kini banyak yang menggunakan media baru sebagai media komunikasi dan wadah untuk penyebaran berita.

Sebagai salah satu bentuk inovasi baru dalam penyebaran informasi maka media sosial dimanfaatkan sebagai wadah membagikan digitalisasi berita. Dengan memanfaatkan tren masyarakat yang saat ini lebih suka membuka media sosial daripada membuka *website* portal berita. Seperti yang dilakukan oleh balikpapanku yang memanfaatkan aplikasi Instagram bukan hanya untuk membagikan informasi atau berita seputar Kota Balikpapan, namun juga sebagai tempat berinteraksi dan kolaborasi bersama pengikutnya.

Dari teori disampaikan oleh Martoyo (2007) bahwa efektivitas adalah kondisi menentukan tujuan yang ingin dicapai dengan penguasaan kemampuan yang tepat sehingga hasil dari tujuan yang hendak diraih dapat memuaskan. Dalam proses penyampaian informasi, isi pesan atau konten yang disampaikan oleh komunikator harus dapat diterima atau dipahami oleh komunikan. Jika konten dapat dipahami dengan baik serta pesan dapat bermanfaat dan mencapai target atau sesuai dengan tujuan yang ditentukan, maka konten telah disampaikan secara efektif.

Berdasarkan hasil perolehan data ditunjukkan bahwa efektivitas konten pada akun balikpapanku dilakukan pada tingkat yang efektif. Bukti diperoleh dari hasil tabulasi silang yang dipaparkan pada bab sebelumnya, dimana persilangan antara variabel efektivitas konten dengan variabel pemenuhan kebutuhan informasi mendapatkan persentase terbesar sebanyak 62,7% dari 100%. Artinya, sebanyak 62,7% atau 32 responden memberikan penilaian yang menunjukkan bahwa konten yang dibagikan oleh balikpapanku masuk dalam kategori efektif sehingga menimbulkan kebutuhan informasi yang terpenuhi.

Dalam menyampaikan informasi di media sosial, konten memiliki fungsi penting karena menjadi sumber dari informasi-informasi yang dibagikan. Karenanya membuat konten di media sosial perlu disampaikan secara efektif agar para pengguna yang melihat konten tersebut paham serta mengetahui tujuannya dengan jelas. Indikator yang membuat konten menjadi efektif terdapat pada isi pesan (*context*), komunikasi (*communication*), kolaborasi (*collaboration*), dan koneksi atau hubungan (*connection*).

Isi pesan (*context*) yang dimaksud mengacu pada cara balikpapanu membentuk pesan agar dapat dipahami dengan baik dan membuatnya lebih menarik kepada *followers* yaitu dengan menyajikan informasi dari sumber terpercaya dan membuat tampilan yang unik serta konten yang beragam. Komunikasi (*communication*) yang dimaksud mengacu pada penyampaian pesan yang jelas sehingga dapat tersampaikan dengan tepat sasaran. Mayoritas responden menilai setuju jika balikpapanu memberikan informasi yang jelas, dimana setiap *postingan* yang dibagikan pasti memiliki *caption* mengenai keterangan dari informasi tersebut. Kolaborasi (*collaboration*) yang dimaksud dengan menjalin kerjasama dengan *follower* agar penyampaian informasi dapat berjalan dengan efektif. Akun balikpapanu kerap bekerjasama dengan *followers*-nya untuk mengumpulkan informasi dan dapat memberikan bantuan kepada *followers* seperti memberitakan info kehilangan dan bantuan sosial. Hubungan (*connection*) yang dimaksud yaitu menjaga hubungan yang terjalin secara terus-menerus. Dengan terus melakukan interaksi dapat memberikan *engagement* yang sangat baik.

Dari hasil uji t yang diperoleh menunjukkan jika variabel efektivitas konten dengan pemenuhan kebutuhan informasi memiliki pengaruh signifikan. Pembuktian ini dilihat dari nilai t hitung sebesar 7,602 dan nilai signifikansi 0,000. Sedangkan, melihat ada pengaruh antara efektivitas konten terhadap pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 0,636 atau 63,6% yang ada di kolom *R square*. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semakin efektif pengaruh konten balikpapanu maka kebutuhan informasi *followers*-nya akan semakin terpenuhi.

Pembahasan yang dijabarkan mendukung pendapat dari para ahli dan penelitian terdahulu yang dipakai di penelitian ini. Salah satunya pendapat Tubbs dan Moss (1996) yang menerangkan jika komunikasi efektif dapat mempengaruhi sikap dan membuat pemahaman kepada individu. Adapun kaitan dengan penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh Siti Nurbaiti Fauziyyah dan Dian Mustika

Ramadhani terkait efektivitas konten terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *follower* bahwa konten yang dibagikan di media sosial mampu memberikan informasi serta mengisi kekosongan pengetahuan para pengguna mengenai Kota Balikpapan. Selain itu, tiap indikator pada variabel pertama terlihat harus saling bekerja sama untuk mempertahankan nilai sebuah akun berita *online* saat menyampaikan sebuah pesan dan informasi kepada pengguna sehingga membuat pengaruh konten tersebut menjadi lebih kuat. Sehingga, hasil yang didapatkan pada penelitian ini memperkuat teori dan penelitian terdahulu.

Adanya nilai besaran yang tidak pasti dari pengaruh dari variabel efektivitas konten terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karena ada beberapa jawaban netral yang banyak dipilih responden sehingga hasil mendapatkan output tidak terlalu jelas dalam penjelasan efektivitas konten secara keseluruhan dikarenakan faktor lain yang tidak diteliti. Namun, secara keseluruhan terbukti jika hipotesis pertama dinyatakan diterima jika terdapat pengaruh yang signifikan dari efektivitas konten dengan pemenuhan kebutuhan informasi *follower* akun Balikpapanku.

G. Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Akun @balikpapanku terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* di Balikpapan

Penggunaan media sosial saat ini telah melekat dan menjadi kebutuhan pada kehidupan manusia. Mengakses media sosial menjadi lebih mudah dengan kecanggihan teknologi yang telah dikembangkan. Melalui gadget yang dihubungkan ke internet dapat dilakukan dimana saja oleh siapapun. Terlebih, media sosial dapat memberikan informasi yang dibutuhkan sehingga membuat orang tertarik untuk menggunakannya. Seperti pendapat McLuhan (Dalam Solis, 2010) menjelaskan bahwa masyarakat kini sangat bergantung kepada teknologi dan media menciptakan revolusi baru dengan berperan mengelola budaya. Hal ini menunjukkan betapa manusia kini sangat bergantung pada teknologi. Kenyamanan yang diberikan media tidak hanya memperluas kebutuhan yang dapat dipenuhi, namun juga meningkatkan efisiensi aktivitas manusia.

Media sosial Instagram telah menjadi aplikasi yang banyak digemari di berbagai kalangan. Terlihat dari data yang menampilkan bahwa Instagram menempati peringkat ketiga di Indonesia jika dihitung dari waktu kumulatif yang dihabiskan di aplikasi tersebut. Rata-rata waktu yang dihabiskan untuk memainkan aplikasi tersebut mencapai 17 jam per bulan (We Are Social, 2021). Dengan ini

terlihat adanya intensitas penggunaan media sosial yang dihabiskan oleh pengguna Instagram.

Intensitas disini menggambarkan tingkatan atau pemakaian suatu hal. Penggunaan media dipicu oleh waktu yang digunakan pengguna media sosial. Semakin banyak waktu yang dihabiskan maka semakin tinggi intensitas penggunaan mediana. Banyaknya pengulangan perilaku pengguna dalam aktivitasnya menggunakan media sosial menunjukkan ketertarikan dengan hal yang digemari.

Dari hasil perolehan data menunjukkan tabulasi silang antara intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun balikpapanku. Dimana persentase persilangan dua variabel tersebut mendapatkan nilai terbanyak sebesar 53,7% atau 22 responden. Dapat dikatakan bahwa 53,7% dari 100,0% menilai bahwa dengan intensitas penggunaan media sosial yang tinggi dapat memenuhi kebutuhan informasi *followers*.

Dari penelitian Hidayatun (2015) menerangkan bahwa terdapat kualitas dan kuantitas yang menjelaskan tentang intensitas penggunaan media sosial, kualitas terlihat dari minat dan perhatian pengguna media dan kuantitas terlihat dari frekuensi dan durasi dalam menggunakan media sosial tersebut. Penelitian ini menggunakan frekuensi, durasi dan atensi sebagai tolok ukur pengujian. Jika adanya frekuensi dan durasi yang tinggi maka dapat dikatakan ada banyaknya aktivitas yang dilakukan pengguna, begitu pula dengan atensi yang tinggi menunjukkan bahwa adanya minat dan ketertarikan terhadap media sosial tersebut.

Dilihat dari data hasil pengujian uji t, menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara intensitas penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung yang didapatkan sebesar 3,528 dengan signifikansi sebesar 0,001. Selain itu, melihat ada pengaruh antara efektivitas konten terhadap pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 0,485 atau 48,5% yang dapat dilihat pada kolom *R square*. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial maka kebutuhan informasi *followers*-nya akan semakin terpenuhi.

Keseluruhan penjelasan yang dijabarkan memperlihatkan bahwa aspek yang digunakan pada variabel ini memberikan pengaruh positif dan signifikan. Pengguna yang mengakses akun balikpapanku dalam durasi yang lebih lama dan dilakukan secara berulang-ulang dapat meningkatkan wawasan lebih luas karena kebutuhan informasi yang lebih banyak didapatkan. Atensi juga mempunyai pengaruh penting,

perhatian yang diberikan oleh akun balikpapanku dapat meningkatkan minat dan ketertarikan terhadap akun tersebut.

H. Pengaruh Efektivitas Konten dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Akun @balikpapanku terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers di Balikpapan

Setelah melakukan pembahasan di tiap variabel dan mengetahui besaran pengaruhnya, penjelasan selanjutnya berisi tentang pengaruh dari variabel independen yang secara bersamaan atau simultan dengan variabel dependen. Pemenuhan kebutuhan informasi menjadi variabel dependen sedangkan variabel independennya adalah efektivitas konten dan intensitas penggunaan media sosial Instagram.

Teori yang dipakai pada penelitian ini yaitu teori *uses and gratification*. Menurut Hamidi (2018), *uses and gratification* membahas mengenai bagaimana media dapat memenuhi kebutuhan khalayak. Blumer dan Katz yakin jika tiap individu yang menggunakan media berhak untuk mencapai keinginannya dengan bebas (Nurudin, 2007:192). Khalayak berhak menentukan bagaimana ia memperlakukan media dan menentukan media mana yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan baik informasi, pendidikan atau hiburan.

Adapun asumsi yang mendasari teori *uses and gratification* diuraikan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch (Hamidi, 2018: 12). Asumsi pertama yaitu khalayak memiliki peran aktif, artinya khalayak dapat memilih dan menentukan isi media. Pengikut akun balikpapanku saat mengikuti akun tersebut sudah mempunyai tujuan sejak awal yaitu ingin mendapatkan informasi yang bisa didapatkan melalui akun balikpapanku. Motivasi pengguna yang mengikuti akun ini sejak awal mendukung asumsi pertama dimana khalayak mencapai tujuan untuk mendapatkan informasi seputar Kota Balikpapan. Informasi yang dicari *follower* juga dapat dipenuhi dengan melakukan empat pendekatan kebutuhan informasi.

Asumsi kedua yaitu khalayak bebas memilih media, artinya dapat menyeleksi media untuk memuaskan kebutuhannya. Pada asumsi kedua dapat dikatakan terpenuhi, hal ini berdasarkan konten balikpapanku yang bervariasi. Pengguna pasti memiliki tujuan yang berbeda-beda meski memanfaatkan platform yang sama. Maka balikpapanku memberikan banyak pilihan konten yang bisa dinikmati oleh semua *followers*. Asumsi selanjutnya yaitu kepuasan kebutuhan media yang didapatkan

dalam persaingan dengan sumber lain Persaingan yang ketat antar media dapat membuat pengikut menjauh dan lebih memilih akun lain. Dalam hal ini, balikpapanku memberikan informasi yang lebih cepat dibandingkan akun lain. Hal ini didukung dari mayoritas jawaban responden memilih setuju mengenai indikator *everyday need approach* pada pernyataan kecepatan informasi yang disajikan balikpapanku dibandingkan akun lain yang serupa. Maka asumsi ketiga benar, namun dapat dicegah.

Asumsi keempat mengenai khalayak paham akan motif dan minat penggunaan media. Asumsi ini didukung dari akun balikpapanku memberikan atensi yang digunakan untuk meningkatkan minat dan ketertarikan *followers* berdasarkan jawaban sebagian besar responden yang menjawab setuju pada indikator atensi di variabel intensitas penggunaan media sosial. Asumsi kelima mengenai penilaian akan nilai isi media yang ditentukan khalayak. Asumsi ini dapat terpenuhi jika isi media harus dapat masuk di semua kalangan. Sesuai dengan kuesioner pada indikator *context* di variabel efektivitas konten, mayoritas responden setuju bahwa konten yang disajikan akun balikpapanku dapat menjangkau seluruh kalangan usia. Sehingga, asumsi kelima juga terpenuhi.

Setelah memaparkan keseluruhan temuan data diatas, diperoleh hasil pada uji hipotesis antara variabel X dengan variabel Y secara simultan. Hasil olahan data menunjukkan jika adanya pengaruh antara efektivitas konten dan intensitas penggunaan media sosial yang secara simultan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun balikpapanku. Hal ini terlihat dari hasil nilai f hitung sebesar 101,748 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,005$). Sedangkan besaran pengaruh efektivitas konten dan intensitas penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* dapat dilihat pada R square yang menunjukkan angka 0,677 atau sebesar 67,7% dan sisanya sebesar 32,3% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Melalui hasil temuan yang dipaparkan diatas, memperlihatkan bahwa pemenuhan kebutuhan informasi berdasarkan teori *uses and gratification* telah dicapai oleh responden. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa efektivitas konten dan intensitas penggunaan media sosial dapat mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun balikpapanku secara simultan serta hubungan yang kuat. Hasil yang dijabarkan berkaitan dengan penelitian terdahulu yang disusun oleh Agnes Pertiwi mengenai pengaruh penggunaan media sosial terhadap pemenuhan

kebutuhan informasi, dimana hasilnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Sehingga temuan yang didapatkan telah mendukung serta memperkuat riset yang telah dilakukan sebelumnya.

Secara garis besar dari temuan yang didapatkan pada penelitian ini, dapat diketahui bahwa efektivitas konten dan intensitas penggunaan media sosial tidak hanya terjadi karena kebutuhan informasi semata, melainkan beberapa indikator lain juga mempunyai pengaruh penting dalam memberikan hal-hal yang dibutuhkan oleh pengguna. Dilihat dari hasil uji regresi linier bahwa efektivitas konten dan intensitas penggunaan media sosial Instagram Balikpapan efektif secara signifikan terhadap kebutuhan informasi *followers*. Hubungan antara variabel X_1 dengan Y dan X_2 dengan Y memperoleh hasil yang bersifat positif. Maka, dapat dijelaskan bahwa semakin efektif konten Balikpapan dan semakin tinggi intensitas yang dilakukan pengguna dalam mencari informasi, maka pemenuhan kebutuhan informasi mereka menjadi semakin baik. Peneliti dapat menyimpulkan jika temuan yang diperoleh mampu mendukung hipotesis-hipotesis yang ada yaitu adanya pengaruh secara signifikan dari efektivitas konten dengan pemenuhan kebutuhan informasi serta intensitas penggunaan media sosial Instagram Balikpapan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan dari hasil seluruh variabel pada penelitian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis pada variabel pertama yaitu efektivitas konten (X_1) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun balikpapanku (Y) yang dibuktikan berdasarkan hasil uji t hitung sebesar 7,602 dan nilai signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,05$). Nilai koefisien determinasi yang didapat sebesar 63,6% sedangkan sisanya sebanyak 36,4% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Maka, hal ini menunjukkan bahwa konten yang dibagikan oleh balikpapanku efektif secara **signifikan dan berpengaruh kuat** terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun balikpapanku. Sehingga, keputusan yang didapat adalah hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima.
2. Hasil pengujian hipotesis pada variabel kedua yaitu intensitas penggunaan media sosial (X_2) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun instagram balikpapanku (Y) yang dibuktikan berdasarkan hasil dari nilai uji t hitung sebesar 3,528 dan nilai signifikansi 0,001 ($0,001 < 0,05$). Hasil analisis koefisien determinasi sebesar 48,5% sedangkan sisanya sebesar 51,5% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Maka, hal ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial yang tinggi **berpengaruh kuat dan signifikan** terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun balikpapanku. Sehingga, keputusan yang didapat adalah hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga yang menguji pengaruh variabel independent dan variabel dependen secara simultan menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel efektivitas konten (X_1) dan intensitas penggunaan media sosial Instagram (X_2) secara bersamaan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* pada akun Instagram

balikpapan (Y). Hal ini dibuktikan dari hasil nilai f hitung sebesar 101,748 dan signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Sedangkan besaran pengaruh dapat dilihat pada R square yang menunjukkan nilai 0,677 atau sebesar 67,7%, sementara sisanya yaitu sebesar 32,3% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh antara variabel independent dengan variabel dependen secara simultan atau bersama-sama yaitu variabel efektivitas konten dan intensitas penggunaan media sosial secara simultan terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi memiliki **pengaruh kuat yang positif dan signifikan**. Sehingga, keputusan yang didapat adalah hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam proses penyusunan penelitian terdapat beberapa hal ditemukannya kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti. Adapun hal yang menjadi keterbatasan peneliti adalah sebagai berikut.

1. Akun Instagram balikpapan masih tergolong baru terkait hal-hal yang merujuk pada penelitian. Pengumpulan data mengenai gambaran umum atau profil perusahaan masih terlalu sedikit sehingga hanya didapatkan dari web resmi balikpapan, media sosial serta artikel-artikel lain yang memuat data tentang perusahaan.

C. Saran

Dari penyusunan penelitian ini, ada beberapa saran yang disampaikan peneliti bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya yang tertarik dengan topik serupa, antara lain.

1. Bagi perusahaan
 - a. Konten yang dibagikan cukup banyak dan beragam, namun masih terlalu banyak iklan yang ditampilkan sehingga membuat *followers* mengurangi minat untuk melihat akun kembali. Memberi variasi pada tampilan *postingan* juga dapat menarik perhatian pengikut agar lebih aktif berinteraksi satu sama lain.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti dapat membuat penelitian serupa dengan menggunakan metode yang berbeda yaitu melakukan penelitian kualitatif dan menganalisisnya secara rinci sehingga dapat memperkaya pengetahuan yang ada pada ilmu komunikasi.
- b. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel dan teori yang berbeda dari penelitian ini seperti teori kebutuhan dan teori efektivitas. Sehingga hasil yang akan didapatnya memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya



DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, E.Y., & Irviani, R. (2017). *Pengantar Sistem Informasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Arifin, F.N. (2015). *Efektivitas Akun Instagram @filmnasionaI dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. Undergraduate Thesis. Universitas Telkom.
- Bungin, B. (2008). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Djafar, D.M.R.H. (2020). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. Undergraduate Thesis. Universitas Telkom.
- Fatmawati, E. (2015). *Kebutuhan Informasi Kepustaka dalam Teori dan Praktek*. Info Persadha. 13(1), 1-12. Diambil dari https://e-journal.usd.ac.id/index.php/Info_Persadha/article/view/119
- Feramerina, Nur Rizna. (2021, 16 Juni). *Sosok di Balik Instagram BalikpapanKu, Rising Star Politisi Muda Balikpapan*. Diakses dari: <https://presisi.co/read/2021/06/16/3562/sosok-di-balik-instagram-balikpapanku-rising-star-politisi-muda-balikpapan>
- Fauziyyah, S.N. (2020). *Pengaruh Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. Undergraduate Thesis. Universitas Telkom.
- Hamidi. (2007). *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang: UMM Press.
- Hidayatun, U. (2015) *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Dan Dukungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas Xi Sma Muhammadiyah 3 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2014/2015*. Undergraduate Thesis. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Holak, B. (2022, 9 Agustus). *Definition Instagram*. Diakses dari: <https://www.techtarget.com/searchcio/definition/Instagram>.
- Ikayanti, A.P. (2020). *Pengaruh Influencer dan Iklan di Instagram pada Pemasaran Pariwisata (Studi Kasus Explore Nusa Penida)*. Master's Thesis. Universitas Islam Indonesia

- Liputan6.com. (2021, 16 Juni). *6 Fakta Menarik tentang Balikpapan yang Pernah Menyabet Kota Paling Dicintai di Dunia*. Diakses dari: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4515036/6-fakta-menarik-tentang-balikpapan-yang-pernah-menyabet-kota-paling-dicintai-di-dunia>
- Lubis, D.I. (2019). *Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @Palembangterkini Dalam Pemenuhan Kebutuhan informasi Followers di Kota Palembang*. Universitas Sriwijaya.
- Martoyo, Susilo. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi 5, Cetakan Pertama. Yogyakarta: BPF.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi*, 2(1).
Doi:<https://doi.org/10.21831/jppfa.v2i1.2616>
- Nurudin. (2009). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Press.
- Pratama, A.E. (2019). *Efektivitas Akun Instagram @Dishubjabar Milik Humas Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat Terhadap Kepuasan Perolehan Informasi Di Kalangan Followers Nya*. Other thesis, Universitas Komputer Indonesia.
- Rahmani, T. (2016). *Penggunaan Media Sosial Sebagai Penguasaan Dasar-Dasar Fotografi Ponsel (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @kopifon)*. Undergraduate Thesis, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Rusdi, F. (2018). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. Universitas Tarumanegara.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Solis, Brian. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc
- Sutrisno, A.P. (2021). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. Undergraduate Thesis. Universitas Telkom.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Tubbs, S.L., & Moss, S. (2009). *Human Communication: Konteks-konteks Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tubbs, S.L., & Moss, S. (2009). *Human Communication: Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Watie, E. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69-74.
Doi:<http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- West, R., & Turner, L.H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Humanika.
- Yusup, P.M. (2009). *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Jakarta: Bumi Aksara.





Lampiran 1: Tabel Matriks Kerja

Variabel	Indikator	Tolok Ukur	Skala	No. Kuesioner
Efektivitas Konten	<i>Context</i>	Pemahaman mengenai isi konten yang disajikan oleh akun @balikpapanku	Ordinal	1,2,3,4,5
	<i>Communication</i>	Jelas tidaknya komunikasi yang diberikan oleh akun @balikpapanku	Ordinal	6,7,8
	<i>Collaboration</i>	Kerjasama antara akun @balikpapanku dengan <i>followersnya</i> .	Ordinal	9,10
	<i>Connection</i>	Mempunyai hubungan yang baik dengan <i>followers</i>	Ordinal	11,12
Intensitas Penggunaan Media Sosial	Frekuensi	Seberapa sering melihat akun @balikpapanku untuk mendapatkan informasi	Ordinal	13,14,15, 16
	Durasi	Seberapa lama melihat akun @balikpapanku di Instagram	Ordinal	17,18
	Atensi	Menarik tidaknya isi konten yang disajikan oleh akun @balikpapanku	Ordinal	19,20,21
Pemenuhan Kebutuhan Informasi	<i>Current need approach</i>	Informasi yang disajikan selalu terbaru dan <i>ter-update</i>	Ordinal	22,23,24
	<i>Everyday need approach</i>	Kecepatan informasi yang disajikan oleh akun @balikpapanku dari akun lain yang serupa	Ordinal	25

		Rutin memberikan informasi kepada <i>followers</i> nya untuk kebutuhan sehari-hari	Ordinal	26,27,28
	<i>Exhaustic need approach</i>	Memberikan informasi yang detail dan lengkap sesuai kebutuhan <i>followers</i>	Ordinal	29,30,31
	<i>Catching-up need approach</i>	Memberikan informasi yang ringkas dan padat kepada <i>followers</i>	Ordinal	32



Lampiran 2: Draft Instrumen Penelitian/Kuesioner Penelitian

I. JUDUL

**“Efektivitas Konten dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram
@Balikpapanku Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* di
Balikpapan”**

II. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :
4. Kota Domisili :
5. No. Hp :

III. PETUNJUK PENGISIAN

1. Tulislah identitas anda pada kolom yang disediakan.
2. Bacalah dengan teliti setiap pernyataan sebelum menjawab.
3. Pilihlah jawaban yang dianggap sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya.
4. Pengisian kuesioner hanya dapat dilakukan satu kali.
5. Berikut singkatan jawaban dari kuesioner:

SS: Sangat Setuju

S: Setuju

N: Netral

TS: Tidak Setuju

STS: Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
EFEKTIVITAS KONTEN						
1.	Saya meyakini bahwa berita dan informasi yang disajikan oleh akun @balikpapanku sebagai sumber informasi yang terpercaya					
2.	Menurut saya, isi konten yang disediakan akun @balikpapanku sangat beragam					

3.	Saya meyakini bahwa akun @balikpapanku tidak menyebarkan konten berupa berita dan informasi palsu/hoax					
4.	Informasi yang disediakan akun @balikpapanku bermanfaat bagi saya					
5.	Menurut saya, informasi yang disajikan oleh akun @balikpapanku dapat menjangkau semua kalangan usia					
6.	Saya merasa informasi diberikan oleh akun @balikpapanku sangat jelas					
7.	Saya memahami informasi/konten yang disajikan oleh akun Instagram @balikpapanku dengan baik					
8.	Informasi yang disajikan akun @balikpapanku membantu saya dalam mengetahui peristiwa di Kota Balikpapan					
9.	Akun @balikpapanku bekerja sama dengan <i>followers</i> -nya untuk mengumpulkan informasi terkini seputar Kota Balikpapan					
10.	Akun @balikpapanku dapat membantu <i>followers</i> memberitakan info kehilangan, bantuan sosial, dsb.					
11.	Akun @balikpapanku sering memberikan <i>feedback</i> kepada <i>followers</i> -nya dengan menjawab pertanyaan atau sekedar membalas komentar					
12.	Akun @balikpapanku membagikan <i>postingan</i> hiburan yang menghibur bagi saya					
INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL						
13.	Saya sering melihat/membaca postingan atau story akun @balikpapanku					
14.	Saya sering mencari informasi atau berita mengenai Kota Balikpapan lewat akun @balikpapanku					
15.	Saya membaca postingan akun @balikpapanku setiap hari					

16.	Saya mengecek akun @balikpapanku untuk melihat informasi/berita terbaru setiap hari					
17.	Saya biasanya mengakses akun @balikpapanku kurang dari 10 menit untuk mendapatkan informasi					
18.	Saya biasanya mengakses akun @balikpapanku lebih dari 10 menit untuk mendapatkan informasi					
19.	Saya merasa konten yang disajikan oleh akun @balikpapanku menarik					
20.	Saya tertarik dengan konten yang disajikan akun @balikpapanku karena bersifat informatif					
21.	Saya tertarik dengan konten yang disajikan akun @balikpapanku karena dapat menghibur saya					
PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI						
22.	Akun @balikpapanku menyediakan informasi atau berita terbaru					
23.	Saya menjadi lebih update mengenai informasi di Kota Balikpapan dari akun @balikpapanku					
24.	Saya mendapatkan wawasan baru dari akun @balikpapanku					
25.	Informasi terkini yang disajikan akun @balikpapanku lebih cepat dan <i>up-to-date</i> dibandingkan akun lain yang serupa					
26.	Akun @balikpapanku dapat diakses setiap hari guna memenuhi kebutuhan informasi saya					
27.	Akun @balikpapanku aktif mengupload konten setiap hari					
28.	Saya mendapatkan informasi dari akun @balikpapanku secara rutin					
29.	Saya mendapatkan informasi secara lengkap dan detail dari akun @balikpapanku					

30.	Akun @balikpapanku menyediakan informasi yang relevan dengan kebutuhan informasi saya					
31.	Saya mendapatkan informasi yang lengkap mengenai suatu topik/peristiwa dari akun @balikpapanku					
32.	Akun @balikpapanku memberikan informasi yang ringkas sesuai dengan kebutuhan informasi saya					



Lampiran 3: Jawaban Kuesioner

Efektivitas Konten													
No.	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	Tot
1	4	5	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	50
2	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	43
3	5	4	5	3	4	3	5	5	5	5	5	4	53
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	53
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	39
6	4	3	2	5	1	5	3	5	3	4	3	1	39
7	4	5	4	3	4	4	5	5	5	4	3	2	48
8	3	5	3	4	3	2	3	5	5	5	4	5	47
9	4	3	5	2	2	3	3	5	4	5	4	4	44
10	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	2	40
11	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	53
12	4	3	2	3	4	3	3	3	3	5	4	4	41
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
14	3	4	3	4	5	3	4	4	4	5	4	4	47
15	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	59
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
17	4	5	4	5	3	4	4	4	5	5	3	3	49
18	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	3	5	55
19	4	4	3	5	5	4	4	5	3	4	3	3	47
20	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	3	2	52
21	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	58
22	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	3	48
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	58
24	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	3	3	50
25	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	56
26	4	4	5	5	3	4	5	5	5	3	3	2	48
27	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	58
28	5	5	4	3	5	4	3	5	5	4	4	3	50
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
30	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	47
31	5	5	4	4	5	3	5	3	5	4	3	4	50
32	3	4	2	3	3	3	4	4	4	5	4	3	42
33	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	55
34	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	51
35	5	3	4	4	3	3	4	4	5	4	3	4	46
36	3	4	2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	53
37	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	53
38	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	2	41
39	4	5	3	4	3	4	4	5	4	3	3	3	45
40	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	5	54
41	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	37

42	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	44
43	4	4	4	3	3	4	4	3	4	5	4	3	45
44	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	42
45	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	43
46	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	57
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	59
48	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	49
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	47
50	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	56
51	4	4	3	4	3	3	3	4	5	5	3	3	44
52	4	3	3	3	3	4	2	2	3	3	4	2	36
53	4	5	4	3	4	3	3	4	5	5	4	4	48
54	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	43
55	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	40
56	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	2	4	51
57	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	56
58	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	43
59	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	56
60	3	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	49
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
62	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	3	55
63	3	4	3	4	4	3	4	5	4	5	4	4	47
64	4	4	3	3	4	3	3	5	4	4	4	5	46
65	4	4	3	4	2	4	4	5	4	4	4	3	45
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
67	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	45
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
69	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	53
70	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	46
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
72	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	3	51
73	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	51
74	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
75	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	3	49
76	4	5	3	4	5	5	4	5	5	4	3	4	51
77	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
78	3	5	3	4	3	3	4	5	4	4	3	3	44
79	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	57
80	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	48
81	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	58
82	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	3	48
83	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	55
84	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	57
85	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	55
86	4	5	3	4	5	4	4	5	5	5	3	4	51
87	3	4	3	3	5	4	3	3	4	3	4	3	42

88	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	41
89	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	45
90	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	53
91	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
92	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	56
93	4	3	4	3	3	3	4	4	4	5	2	3	42
94	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	54
95	5	5	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	54
96	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	58
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
98	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	58
99	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	56
100	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	4	54

Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram										
No.	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	Tot
1	4	4	3	4	3	4	4	3	4	33
2	3	4	3	2	2	2	3	3	3	25
3	5	5	5	5	5	2	3	5	4	39
4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	35
5	3	3	3	3	4	2	3	3	3	27
6	1	4	2	2	2	2	3	4	2	22
7	4	5	3	3	5	2	3	3	2	30
8	3	4	3	4	5	2	4	4	5	34
9	4	4	1	2	4	2	3	4	3	27
10	3	4	2	2	5	1	3	3	2	25
11	4	5	4	4	3	3	4	4	4	35
12	2	1	2	2	3	1	2	3	3	19
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
14	3	4	2	3	4	2	3	4	3	28
15	2	5	1	1	2	2	4	4	4	25
16	2	3	3	3	3	3	3	4	3	27
17	3	3	3	2	2	2	4	4	3	26
18	4	4	4	4	5	5	5	5	4	40
19	3	3	2	2	3	1	3	4	3	24
20	4	4	4	3	4	2	3	4	2	30
21	5	4	4	4	4	4	5	5	5	40
22	4	4	5	4	4	3	4	4	3	35
23	5	3	4	2	1	1	5	5	4	30
24	4	3	3	3	4	3	4	4	4	32
25	3	5	2	5	5	1	4	5	3	33
26	3	4	4	2	4	1	4	4	3	29
27	5	5	5	5	5	3	5	5	5	43
28	3	4	2	2	5	2	4	4	3	29
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
30	4	4	3	3	5	3	4	4	3	33

31	4	4	1	4	2	3	4	5	3	30
32	4	4	4	3	4	2	2	3	2	28
33	5	5	4	4	4	2	4	4	4	36
34	4	4	5	5	4	4	4	4	4	38
35	4	4	4	4	4	2	4	4	3	33
36	5	4	5	4	5	3	4	4	4	38
37	5	4	3	3	4	2	4	4	4	33
38	3	4	3	2	4	3	4	4	3	30
39	3	4	3	2	3	1	3	3	2	24
40	4	5	4	4	4	2	5	5	5	38
41	3	3	3	3	1	1	3	3	3	23
42	2	3	1	2	4	2	3	3	2	22
43	1	3	2	2	4	2	3	5	2	24
44	4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
45	3	4	2	2	4	3	4	4	3	29
46	4	4	4	4	5	2	4	5	4	36
47	4	5	3	5	4	4	5	5	5	40
48	4	4	3	3	3	4	4	5	4	34
49	4	5	3	3	3	3	4	4	4	33
50	4	4	4	4	5	5	5	5	4	40
51	5	5	2	2	2	3	3	4	3	29
52	2	2	3	2	2	2	2	2	2	19
53	2	4	1	2	3	1	4	4	3	24
54	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26
55	3	3	3	2	4	2	3	3	3	26
56	3	3	2	2	1	1	4	4	4	24
57	3	3	3	3	3	3	4	5	3	30
58	4	4	2	2	3	3	3	3	3	27
59	4	5	3	3	3	2	4	4	4	32
60	2	3	1	2	5	1	3	3	3	23
61	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
62	3	4	2	2	4	1	5	5	4	30
63	3	3	2	2	4	2	3	3	4	26
64	3	5	3	4	2	2	3	3	3	28
65	3	4	3	3	4	2	4	4	3	30
66	5	5	4	4	4	4	5	5	5	41
67	4	4	3	3	4	2	4	4	4	32
68	4	3	4	4	4	4	3	4	4	34
69	4	5	4	4	4	5	5	4	5	40
70	2	2	2	2	5	2	4	4	4	27
71	3	4	4	4	1	4	4	4	4	32
72	4	4	3	3	3	3	4	4	3	31
73	4	4	4	4	2	2	4	5	4	33
74	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40
75	5	4	3	2	2	2	3	3	3	27
76	4	4	3	3	2	2	4	4	4	30

77	4	5	3	3	3	3	5	5	5	36
78	4	3	2	2	2	2	4	4	3	26
79	4	5	4	4	4	3	5	5	4	38
80	3	3	3	3	3	4	4	3	3	29
81	5	5	4	4	4	4	5	5	5	41
82	3	3	2	2	4	2	3	4	3	26
83	5	5	5	3	4	3	5	5	4	39
84	5	5	4	4	4	3	4	4	4	37
85	3	4	3	4	3	4	5	5	5	36
86	4	4	3	3	4	3	4	4	4	33
87	2	3	3	3	3	3	5	4	3	29
88	3	3	2	2	3	3	3	3	3	25
89	3	3	1	1	1	1	3	3	3	19
90	3	3	2	2	2	2	4	4	3	25
91	3	4	3	3	3	3	4	4	4	31
92	4	5	3	4	1	3	5	4	4	33
93	3	5	3	4	3	3	3	3	3	30
94	4	4	4	2	2	2	4	4	4	30
95	4	4	3	2	1	3	4	4	4	29
96	4	5	3	5	4	5	5	5	5	41
97	4	4	3	2	4	4	5	5	5	36
98	3	4	3	3	5	3	4	5	4	34
99	4	5	3	3	2	4	5	5	5	36
100	4	4	3	5	1	5	3	3	4	32

Pemenuhan Kebutuhan Informasi												
No.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
1	4	5	4	4	5	5	3	4	3	4	4	45
2	4	4	3	4	3	3	2	3	4	4	4	38
3	5	5	3	4	4	5	4	3	3	2	5	43
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
6	5	2	2	1	2	5	2	3	3	4	2	31
7	5	5	2	3	2	5	2	3	2	4	4	37
8	5	5	4	5	5	5	4	3	3	2	5	46
9	4	5	3	3	2	4	2	2	3	3	3	34
10	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	37
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
12	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
14	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	40
15	4	4	5	4	5	4	2	4	4	4	5	45
16	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	39
17	5	5	3	4	4	5	4	3	4	3	4	44
18	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	52
19	5	5	4	4	3	3	4	4	3	3	3	41

20	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	51
21	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	52
22	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	44
23	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	5	51
24	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	46
25	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	54
26	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	50
27	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	53
28	4	5	4	5	5	5	3	4	4	4	5	48
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
30	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	49
31	4	5	3	5	3	3	4	5	4	4	3	43
32	3	4	3	3	3	4	3	2	3	2	2	32
33	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	53
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
35	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	43
36	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	53
37	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	47
38	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	37
39	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	36
40	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	47
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
42	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	40
43	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	39
44	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
45	4	3	4	3	2	3	2	3	2	2	2	30
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
47	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	48
48	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	39
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
50	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	51
51	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	33
52	3	2	2	2	4	3	2	2	3	2	3	28
53	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	43
54	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
55	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	37
56	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	49
57	5	5	3	3	5	4	3	3	3	3	4	41
58	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	35
59	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	43
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
62	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	51
63	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	39
64	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
65	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	42

66	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	54
67	4	4	3	3	4	4	2	4	3	4	4	39
68	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	43
69	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	50
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
71	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	40
72	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	40
73	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
75	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	39
76	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	41
77	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	50
78	3	4	4	4	5	5	4	3	4	4	5	45
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
80	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	36
81	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	53
82	3	2	2	3	5	5	3	3	4	3	4	37
83	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	50
84	5	5	3	5	4	5	4	4	4	4	4	47
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
86	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	49
87	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	5	39
88	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	39
89	5	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	40
90	3	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	41
91	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	4	41
92	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	54
93	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	36
94	5	5	4	4	3	5	4	3	3	4	3	43
95	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	46
96	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	50
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
99	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	45
100	5	5	4	5	5	3	3	5	4	4	4	47

Lampiran 4: Frekuensi Data Responden

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	L	30	30.0	30.0	30.0
	P	70	70.0	70.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17	2	2.0	2.0	2.0
	18	1	1.0	1.0	3.0
	19	2	2.0	2.0	5.0
	20	12	12.0	12.0	17.0
	21	42	42.0	42.0	59.0
	22	17	17.0	17.0	76.0
	23	1	1.0	1.0	77.0
	24	2	2.0	2.0	79.0
	25	2	2.0	2.0	81.0
	26	1	1.0	1.0	82.0
	29	1	1.0	1.0	83.0
	31	1	1.0	1.0	84.0
	33	10	10.0	10.0	94.0
	34	2	2.0	2.0	96.0
	39	1	1.0	1.0	97.0
	40	1	1.0	1.0	98.0
	43	1	1.0	1.0	99.0
	50	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

I08	Pearson Correlation	.352**	.410**	.311**	.401**	.263**	.345**	.753**	1	.607**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.008	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
I09	Pearson Correlation	.528**	.445**	.430**	.525**	.129	.548**	.750**	.607**	1	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.200	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
I10	Pearson Correlation	.726**	.684**	.739**	.807**	.452**	.705**	.733**	.672**	.765**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	N	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Correlations

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	Total
P01 Pearson Correlation	1	.589**	.464**	.423**	.294**	.499**	.489**	.532**	.446**	.506**	.497**	.664**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P02 Pearson Correlation	.589**	1	.600**	.708**	.414**	.458**	.500**	.423**	.394**	.427**	.523**	.708**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P03 Pearson Correlation	.464**	.600**	1	.666**	.567**	.390**	.641**	.593**	.613**	.612**	.578**	.801**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P04 Pearson Correlation	.423**	.708**	.666**	1	.642**	.408**	.562**	.543**	.608**	.547**	.581**	.794**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P05 Pearson Correlation	.294**	.414**	.567**	.642**	1	.487**	.560**	.468**	.591**	.478**	.717**	.743**

	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P06	Pearson Correlation	.499**	.458**	.390**	.408**	.487**	1	.520**	.387**	.490**	.520**	.563**	.668**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P07	Pearson Correlation	.489**	.500**	.641**	.562**	.560**	.520**	1	.661**	.690**	.618**	.579**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P08	Pearson Correlation	.532**	.423**	.593**	.543**	.468**	.387**	.661**	1	.726**	.735**	.607**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P09	Pearson Correlation	.446**	.394**	.613**	.608**	.591**	.490**	.690**	.726**	1	.792**	.681**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P10	Pearson Correlation	.506**	.427**	.612**	.547**	.478**	.520**	.618**	.735**	.792**	1	.627**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P11	Pearson Correlation	.497**	.523**	.578**	.581**	.717**	.563**	.579**	.607**	.681**	.627**	1	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.664**	.708**	.801**	.794**	.743**	.668**	.812**	.790**	.835**	.812**	.823**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

2. Uji Reliabilitas

**Reliability Statistics
(Efektivitas Konten)**

Cronbach's Alpha	N of Items
.850	12

**Reliability Statistics
(Intensitas Penggunaan
Media Sosial)**

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	9

**Reliability Statistics
(Pemenuhan Kebutuhan
Informasi)**

Cronbach's Alpha	N of Items
.910	11

3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.87576725
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.082
	Negative	-.039
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.097 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

4. Uji Regresi

Efektifitas Konten *						
Pemenuhan Kebutuhan Informasi	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Intensitas Penggunaan Media Sosial * Pemenuhan Kebutuhan Informasi	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%

Efektifitas Konten * Pemenuhan Kebutuhan Informasi Crosstabulation

			Pemenuhan Kebutuhan Informasi				Total
			Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Sangat Baik	
Efektifitas Konten	Cukup Efektif	Count	3	6	1	0	10
		% of Total	3.0%	6.0%	1.0%	0.0%	10.0%
	Efektif	Count	32	14	0	5	51
		% of Total	32.0%	14.0%	0.0%	5.0%	51.0%
	Sangat Efektif	Count	10	0	0	29	39
		% of Total	10.0%	0.0%	0.0%	29.0%	39.0%
Total	Count	45	20	1	34	100	
	% of Total	45.0%	20.0%	1.0%	34.0%	100.0%	

Intensitas Penggunaan Media Sosial * Pemenuhan Kebutuhan Informasi Crosstabulation

			Pemenuhan Kebutuhan Informasi				Total
			Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Sangat Baik	
Intensitas Penggunaan Media Sosial	Rendah	Count	2	2	1	0	5
		% of Total	2.0%	2.0%	1.0%	0.0%	5.0%
	Sangat Tinggi	Count	4	0	0	16	20
		% of Total	4.0%	0.0%	0.0%	16.0%	20.0%
	Sedang	Count	17	14	0	3	34
		% of Total	17.0%	14.0%	0.0%	3.0%	34.0%
	Tinggi	Count	22	4	0	15	41
		% of Total	22.0%	4.0%	0.0%	15.0%	41.0%
	Total	Count	45	20	1	34	100
		% of Total	45.0%	20.0%	1.0%	34.0%	100.0%