

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat

Muhammad Luthfi Hardian^{*}, Raditya Pratama Putra

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

luthfihardian1@gmail.com, radityapratamaputra15@gmail.com

Abstract. The existence of social media today has undoubtedly made it easier for governments to disseminate important information. Social media is effective and efficient, allowing information to spread quickly to the public. One government that has utilized social media is the Cirebon Regency government. This study aims to determine the effect of context, communication, collaboration, and connection on the use of Instagram by the Cirebon Regency government (@Cirebonkab) in meeting the public's information needs regarding development and government activities in the region. The theory used in this study is the Social Information Processing (Computer-Mediated Communication) theory. The study employs a quantitative method with a correlational approach and a positivistic paradigm. The sample size consists of 105 respondents. Data collection techniques include questionnaires, observation, and documentation. The analysis method used is simple linear regression. The results of this study show that the use of social media (X) has a 70.7% influence on the information needs (Y) variable, indicating a strong and positively significant relationship. Among the sub-variables of social media use, communication has the strongest influence at 60.3%, followed by collaboration at 55.3%, connection at 53.4%, and context at 46.5%, which is the lowest.

Keywords: *Instagram, Social Media Usage, Information Needs, Followers.*

Abstrak. Keberadaan media sosial pada saat ini tentu saja akan memudahkan pemerintahan dalam menyebarkan informasi penting karena media sosial bersifat efektif dan efisien sehingga informasi cepat tersebar kepada masyarakat. Salah satu pemerintahan yang sudah menggunakan media sosial yaitu pemerintahan Kabupaten Cirebon. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh context, communication, collaboration, connection penggunaan media sosial Instagram Kabupaten Cirebon @Cirebonkab terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat mengenai pembangunan dan kegiatan pemerintahan Kabupaten Cirebon. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Social Information Processing (Computer – Mediated Communication). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional dan menggunakan paradigma positivisme. Sampel dari penelitian ini berjumlah 105 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner, observasi dan dokumentasi. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel penggunaan media sosial (X) terhadap variabel kebutuhan informasi (Y) sebesar 70,7% yang termasuk kuat dan nilai signifikansi positif. Kategori pengaruh terkuat pada penelitian ini terdapat pada sub variabel x yaitu communication sebesar 60,3%, kategori terkuat kedua terdapat pada collaboration sebesar 55,3%, lalu connection sebesar 53,4 dan kategori paling rendah adalah sub variabel x context sebesar 46,5%.

Kata Kunci: *Instagram, Penggunaan Media Sosial, Kebutuhan Informasi, Followers.*

A. Pendahuluan

Menurut Hidayatullah (2020) media sosial adalah platform yang memungkinkan orang membaca, berbagi, membuat, mengikuti, dan mengomentari berbagai jenis konten dalam format teks, gambar, video, dan foto. Media sosial telah sepenuhnya mengubah cara kita berinteraksi satu sama lain, berbagi informasi, dan berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Dilansir dari wearesocial.com secara keseluruhan, *We Are Social* telah melaporkan identitas sebanyak 139 juta pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2024. Jumlah ini mencapai 49,9% dari total populasi di negara ini. Meluasnya penggunaan media sosial dapat dikaitkan dengan kemajuan teknologi komunikasi, yang memungkinkan orang untuk mendapatkan dan mendistribusikan informasi dengan cepat pada saat ini.

Dalam media sosial terdapat 4 indikator sosial media yang di ungkapkan oleh Crish Heuer (dalam Solis, 2010:263). Indikator tersebut biasa di kenal dengan 4C, 1) context : Bagaimana membingkai pesan atau cerita; 2) Communications : kegiatan berbagi bercerita atau informasi dengan cara mendengarkan, merespons, dan berkembang; 3) Collaboration : Berkolaborasi dengan akun-akun lain dengan tujuan untuk meningkatkan, efisien, efektif dan menyempurnakan berbagai hal; 4) Connections : Pertahankan hubungan baik yang telah terjalin.

Dengan berkembangnya media sosial maka akan berdampak terhadap masyarakat, hubungan, dan kesejahteraan individu. Dari membentuk opini publik hingga membina komunitas online, media sosial memiliki implikasi signifikan yang jauh melampaui interaksi virtual. Salah satu media sosial yang sudah banyak digunakan pada saat ini adalah *Instagram*, *Instagram* yang mana merupakan platform jejaring sosial yang digunakan pengguna untuk berbagi informasi dalam bentuk gambar, video, caption, dan media lainnya.(Atmoko dalam Sutrisno dan Mayangsari, 2021).

Saat ini Instagram tidak hanya di gunakan untuk kepentingan atau kegunaan individu saja namun pada saat ini Instagram sudah banyak di gunakan oleh instansi pemerintahan sebagai alat dalam membantu menyebarkan informasi seputar kegiatan yang ada instansi pemerintahan atau informasi tentang suatu wilayah, kepada masyarakat di wilayahnya, dan layanan publik salah satunya akun Instagram @Cirebonkab yang dikelola oleh Dinas dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Cirebon fokusnya di bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat seputar Kabupaten Cirebon (Fakhrana and Zulfebriges 2021).

Alasan utama yang membuat Instagram menjadi salah satu aplikasi terpopuler di kalangan pengguna yaitu karena penggunanya dapat dengan mudah mendapatkan ataupun menyebarkan informasi penting, berinteraksi dengan audiens, serta dapat digunakan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan individu lainnya. (1) Dalam penelitian ini penulis memilih aplikasi intagram untuk di teliti dalam penelitian ini karena Instagram memiliki tingkat interaksi yang tinggi antara pengguna karena dilengkapi dengan fitur seperti like, komentar, dan direct message.

Alasan utama yang membuat Instagram menjadi salah satu aplikasi terpopuler di kalangan pengguna yaitu karena penggunanya dapat dengan mudah mendapatkan ataupun menyebarkan informasi penting, berinteraksi dengan audiens, serta dapat digunakan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan individu lainnya. Dalam penelitian ini penulis memilih aplikasi intagram untuk di teliti dalam penelitian ini karena Instagram memiliki tingkat interaksi yang tinggi antara pengguna karena dilengkapi dengan fitur seperti like, komentar, dan direct message. Adapun menurut Situmorang dan Hayati (2023:116), alasan Instagram digunakan oleh pengguna adalah bertujuan untuk menampilkan identitas pribadi mereka kepada pengguna lain. Selain itu mereka dapat menunjukkan kepribadiannya melalui media sosial Instagram miliknya. Gambar yang diunggah pengguna memungkinkan orang lain untuk melihat dan berspekulasi tentang kepribadian mereka.

Komunikasi pemerintah sangat terkait dengan hal ini. Komunikasi pemerintah menurut Malone (1997:170), adalah setiap kontak atau interaksi manusia yang terjadi di dalam lingkup lembaga pemerintah. Komunikasi pemerintah memiliki peran penting dalam pengelolaan media sosial dalam menyampaikan informasi penting kepada masyarakat tentang kebijakan, program, dan layanan pemerintahan. Selain itu dapat membangun citra positif pemerintahan dengan menyampaikan pencapaian, kegiatan, dan inisiatif yang dilakukan. Maka dari itu sangatlah penting bagi pemerintahan untuk memiliki media sosial dalam menjalankan salah satu tugasnya yaitu menyebarkan informasi kepada masyarakat (Nelam Sari 2021).

Jika dilihat dari konten atau postingan di dalam media sosial Instagram Kabupaten Cirebon, di

dalamnya banyak postingan mengenai informasi seputar kegiatan pemerintahan mengenai kegiatan pejabat daerah dalam melakukan pekerjaannya dalam membangun Kabupaten Cirebon seperti peninjauan ke daerah yang terkena musibah, kunjungan ke daerah-daerah yang ada di Kabupaten Cirebon, dan informasi pelayanan masyarakat maupun informasi mengenai kebijakan dan peraturan yang dikemas dengan berbentuk gambar ataupun infografis yang tujuannya agar masyarakat yang melihat postingannya bisa tertarik untuk membaca informasi yang disampaikan (Qorri Aina Sofyan and Yulianti 2022). Salah satu postingan sering diupload oleh Instagram Kabupaten Cirebon adalah mengenai kegiatan Bupati mulai dari kegiatan kunjungan, peresmian, pelantikan, pembangunan daerah dan juga acara-acara penting seputar pemerintahan. Terhitung pada tanggal 31 Maret 2024, jumlah *followers* dari akun Instagram @Cirebonkab telah mencapai 6.182 *followers* dengan jumlah postingan sampai saat ini berjumlah 1.973 posting-an. Dari jumlah *followers* dan postingan dari akun tersebut maka bisa dikatakan bahwa banyak masyarakat yang menjelajahi akun tersebut untuk mencari informasi dan mempercayai akun tersebut untuk tempat mereka mencari informasi yang resmi. Akun Instagram @Cirebonkab merupakan akun resmi Instagram milik pemerintahan Kabupaten Cirebon yang dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Cirebon fokusnya di bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat seputar Kabupaten Cirebon (Surya Ramadiansyah and Chaerowati 2021).

Setiap manusia membutuhkan informasi untuk mengembangkan pengetahuan, menemukan kepuasan, mengembangkan kemampuan baru, mengubah sikap, dan mengurangi ketidakpastian. Kebutuhan akan informasi adalah sebuah dorongan atau keinginan individu untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk memahami lingkungan mereka, memenuhi kebutuhan individu dan sosial, serta mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam kebutuhan informasi terdapat 4 indikator kebutuhan informasi yang diungkapkan oleh Guha (1978) (6), ada beberapa cara untuk melihat permintaan informasi pengguna, yang meliputi: 1) Current Need Approach (Pendekatan Kebutuhan Informasi Terbaru) : Setiap individu termotivasi untuk tetap aktif dan terlibat agar dapat mengakses informasi terkini yang mereka butuhkan; 2) Everyday Need Approach (Pendekatan Kebutuhan Informasi Sehari-hari) : Pengolahan informasi untuk memberikan tanggapan yang relevan secara tepat waktu dan tepat sasaran agar sesuai dengan kebutuhan informasi sehari-hari pengguna; 3) Exhaustive Need Approach (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam) : Dikenal juga sebagai pendekatan kebutuhan lengkap, menunjukkan seberapa besar konsumen bergantung pada informasi yang tepat, akurat, dan menyeluruh yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka. 4) Catching Up Need Approach (Pendekatan Kebutuhan Informasi Singkat) : Dalam metode ini, pengguna memerlukan informasi yang jelas, tepat, dan komprehensif namun juga singkat atau mudah dipahami (dalam Puspitadewi dkk., 2016: 23).

Dengan adanya media sosial di dalam instansi pemerintahan maka otomatis akan mempercepat pelayanan pemerintah kepada masyarakat dengan tidak melupakan tanggung jawabnya dalam melaksanakan program dan kegiatan dalam mencapai target misi yang sudah ditentukan. Selain itu dengan adanya media sosial di lingkup pemerintahan memberikan banyak manfaat dalam hal memaksimalkan teknologi (Muhammad Fajar Wahab and Ike Junita Triwardhani 2022).

Dari uraian latar belakang masalah pada penelitian yang telah dipaparkan, maka dari itu rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana pengaruh penggunaan media sosial Instagram @Cirebonkab terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat mengenai pembangunan dan kegiatan pemerintahan di kabupaten Cirebon?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *context*, *communication*, *collaboration*, *connection* pada penggunaan media sosial Instagram Kabupaten Cirebon terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat (Muhamad Fauzi Rohimat Desfiana and Karsa 2021).

B. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional dan menggunakan paradigma positivisme. Menurut Balaka (2022), metode kuantitatif adalah salah satu metode penelitian yang menggunakan data atau angka, dengan penekanan pada pengukuran temuan secara objektif dan analisis statistik. Dengan menggunakan metode kuantitatif, peneliti bertujuan

untuk mengetahui pengaruh antara variabel X dan variabel Y apakah menghasilkan hasil yang positif atau negatif. Sampel dari penelitian ini berjumlah 105 responden yang dihitung menggunakan rumus Sokal & Rohlf (2013) dan dibagikan melalui kuesioner dengan menggunakan teknik random sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan positivisme yang memberikan hasil berdasarkan data empiris dan diinterpretasikan menggunakan metode ilmiah yang terstandar. Berdasarkan data aktual yang ada, peneliti dapat membuat kesimpulan kuat mengenai korelasi antara penggunaan media sosial dan kebutuhan informasi. Menurut Sarantakos (1995) (9), paradigma positivisme merupakan paradigma yang paling sering digunakan dalam pembangunan dan pemajuan ilmu pengetahuan, yang tentu saja mencakup penelitian (dalam Manzilati, 2017: 3). Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut diketahui bahwa peneliti menggunakan induk penelitian yaitu teori uses and gratification yang bertujuan untuk mengetahui kebutuhan informasi masyarakat Kabupaten Cirebon pada akun Instagram @Cirebonkab apakah terpenuhi atau tidak, lalu menggunakan juga teori *social information processing (computer – mediated communication)*. Teori *Social Information Processing (SIP)* menyatakan bahwa media komputer dapat memfasilitasi keberhasilan berbagi informasi dan pengembangan hubungan pengguna yang kuat (Walther dalam Arifah dkk., 2022) (10). Teori ini digunakan oleh peneliti untuk menyelidiki bagaimana kebutuhan informasi publik tentang kegiatan pemerintah dan upaya pembangunan dipengaruhi oleh penggunaan Instagram dan platform media sosial Instagram. Analisis regresi linier sederhana adalah pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini. Ghazali (2016), regresi linier sederhana merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independent (dalam Putra dkk, 2022). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Menurut Sanusi (2011:59), *Skala Likert* diperoleh dari keseluruhan sikap responden mengenai indikator-indikator topik atau variabel yang diteliti yang diekspresikan dalam jawaban mereka terhadap pertanyaan-pertanyaan tentang hal tersebut. Responden dapat memilih dari lima jawaban yang berbeda pada rentang 1 sampai 5 (dalam Basriani, 2017:23). Selain itu penelitian ini menggunakan beberapa pengujian dalam menganalisis data yang didapat diantaranya uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas yang bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi variabel independen dan dependen normal atau tidak normal. Studi grafis dan pengujian statistik diperlukan untuk membuat formula regresi yang efektif., uji heteroskedastisitas yang bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan pada sebuah model regresi, uji linieritas yang bertujuan untuk menentukan apakah model yang dirancang sudah tepat atau belum, apakah sebuah investigasi empiris sebaiknya menggunakan bentuk kubik, kuadratik, atau linear, lalu menggunakan Uji Parsial (t) yang bertujuan untuk mengevaluasi dampak dari variabel X terhadap Y, dan menggunakan Koefisien Determinasi (r^2). Selain itu penelitian ini menggunakan uji validitas yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrument pengukuran kuesioner (angket) dapat mengukur konsep tertentu yang ingin di ukur secara akurat dan menggunakan uji reliabilitas yang bertujuan untuk Mengetahui seberapa konsisten hasil pengukuran dari data atau jawaban yang di peroleh dari reponden merupakan tujuan dari uji reabilitas dalam penelitian ini. Peneliti ini bertujuan untuk mendapatkan faktor-faktor yang berpengaruh pada kebutuhan informasi masyarakat dengan penggunaan platform media sosial Instagram @Cirebonkab, dengan menggunakan teknik korelasional ini (Risman Maulana and Anne Maryani 2022).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

peneliti menggunakan uji regresi dasar untuk mengukur nilai hubungan-apakah positif atau negatif-antara dua variabel dan menentukan apakah telah terjadi peningkatan atau penurunan nilai variabel selain itu menggunakan uji hipotesis untuk mengetahui apakah ada pengaruh diantara kedua variabel tersebut yang nantinya bisa ditarik sebagai kesimpulan dari data yang telah di uji oleh peneliti. Berikut merupakan hasil dari perhitungan yang dilakukan oleh peneliti :

Tabel 1. Uji Regresi Linear Sederhana

Model Summary						
Model		R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1		.841 ^a	0.707	0.705	3.17646	
a. Predictors: (Constant) Penggunaan Media Sosial						

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2512.587	1	2512.587	249.020	.000 ^b
	Residual	1039.260	103	10.090		
	Total	3551.848	104			
a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi						
b. Predictors: (Constant) Penggunaan Media Sosial						

Sumber : (Hasil Olahan Data Peneliti, 2024)

Setelah melakukan uji regresi linier sederhana, yang tertera pada kedua tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk mengestimasi variabel penggunaan media sosial, atau dengan kata lain terdapat pengaruh variabel penggunaan media sosial (X) terhadap variabel kebutuhan informasi (Y). Hal ini ditunjukkan dengan melihat nilai F hitung = 249.020 dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$ pada tabel ANOVAa. Nilai korelasi atau hubungan (R) dapat diketahui sebesar 0,841 dengan melihat tabel model summary. Nilai koefisien determinasi (R Square) yang dihasilkan, yaitu sebesar 0,707 (70,7%), menunjukkan bahwa penggunaan media sosial (X) memiliki pengaruh terhadap kebutuhan informasi.

Tabel 2 Sub Hipotesis

Variabel	R Square	Kekuatan Pengaruh	Nilai Mutlak	Sig.	Keterangan
Context	0,465	Cukup Kuat	0,05	0,000	H ₁ Diterima
Communication	0,603	Kuat	0,05	0,000	H ₁ Diterima
Collaboration	0,553	Cukup Kuat	0,05	0,000	H ₁ Diterima
Connection	0,534	Cukup Kuat	0,05	0,000	H ₁ Diterima

Sumber : (Hasil Olahan Data Peneliti, 2024)

Context

Berdasarkan tabel coefficients^a dan kriteria pengujian yang diperoleh dari hasil uji hipotesis dapat diketahui nilai signifikan yang di peroleh sebesar $0,000 < 0,05$, dengan nilai R square sebesar 0,465 atau jika di persentasekan menjadi 46,5% sehingga dapat disimpulkan bahwa H₀, ditolak dan

H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh context pada penggunaan media sosial Instagram Kabupaten Cirebon terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat. Jika dikaitkan dengan teori diatas maka pengaruh context tersebut bisa memenuhi kebutuhan masyarakat karena dengan isi pesan yang terstruktur maka masyarakat juga bisa menerima pesan tersebut dengan dimengerti. Selain itu dari segi desain yang dibuat dalam konten pada akun *Instagram @Cirebonkab* sudah cukup menarik sehingga masyarakat yang membaca informasi tidak bosan dan bisa menarik perhatian masyarakat. Selain itu dari segi kelengkapan informasi dalam postingannya dinilai sudah cukup lengkap, hal tersebut dilakukan untuk menghindari adanya berita bohong atau kesalahpahaman pada masyarakat yang membaca postingan yang diunggah pada akun media sosial *Instagram @Cirebonkab*

Communication

Dari hasil penelitian, dapat dilihat dari hasil uji hipotesis yang memiliki nilai signifikan sebesar 0,000. Karena nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Selanjutnya, nilai R square sebesar 0,603 atau 60,3% yaitu kuat, jika dinyatakan dalam bentuk persentase menunjukkan bahwa komunikasi berdampak pada penggunaan media sosial Instagram di Kabupaten Cirebon untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat termasuk dalam kategori kuat. Jika dilihat dari sub-variabel pada penelitian ini terkait dengan sub-variabel communication, maka komunikasi yang dilakukan oleh pemerintahan Kabupaten Cirebon mengenai isi konten pembangunan dan kegiatan pemerintahan yang disebarkan oleh akun Instagram *@Cirebonkab* cukup mudah dimengerti mulai dari kata kata yang digunakan, petunjuk gambar yang jelas, dan juga bentuk desain konten yang simple. Selanjutnya bahwa isi konten pembangunan dan kegiatan pemerintahan yang disebarkan, sudah secara berkala. Dalam menyebarkan informasi, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan salah satunya manfaat informasi yang disebarkan, hal tersebut dilakukan agar masyarakat dapat dampak yang positif dari postingan tersebut dan memenuhi kebutuhan informasi serta membantu kehidupan mereka sehari-hari. Akun Instagram kerap memposting informasi yang bermanfaat bagi masyarakat Kabupaten Cirebon seperti contohnya postingan informasi pembangunan di daerah Kabupaten Cirebon, informasi kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat Cirebon, dan info pekerjaan bagi masyarakat Kabupaten Cirebon.

Collaboration

Dari hasil penelitian, dapat dilihat dari hasil uji hipotesis yang memiliki nilai signifikan sebesar 0,000. Karena nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Selanjutnya, nilai R square sebesar 0,553 atau 55,3% yaitu cukup kuat. Dapat disimpulkan juga bahwa terdapat pengaruh kolaborasi terhadap penggunaan akun Instagram di pemerintahan Kabupaten Cirebon untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat dengan kategori cukup kuat. Jika dilihat dari akun Instagram *@Cirebonkab*, pada beberapa postingan terdapat sebuah konten yang berkolaborasi dengan dinas pemerintahan lain yang ada di Kabupaten Cirebon dalam membahas sebuah masalah atau informasi yang berkaitan dengan dinas pemerintahan tertentu. Hal tersebut dilakukan agar informasi yang disampaikan lebih luas lagi keterangan yang dijelaskan pada konten tersebut selain itu dapat memberikan informasi kepada masyarakat secara akurat. Hal tersebut dapat dilihat dari salah satu postingan akun media sosial *@Cirebonkab* yang berkolaborasi dengan akun *Instagram @aboutcirebonid*, *@dispadbud Jabar* dan *@dispadparkotacirebon* yang membahas tentang konten seni lukisan kaca yang ada di Cirebon. Dengan adanya postingan tersebut membuat masyarakat Kabupaten Cirebon mendapatkan informasi terbaru serta menambah wawasan mereka mengenai informasi yang terjadi di Kabupaten Cirebon.

Connection

Dari hasil penelitian, dapat dilihat dari hasil uji hipotesis yang memiliki nilai signifikan sebesar 0,000. Karena nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Selanjutnya, nilai R square sebesar 0,534 atau 53,4% yaitu cukup kuat. Jika dilihat dari unggahan konten yang dibuat oleh Kabupaten Cirebon, dalam akun Instagram tersebut kerap membuat postingan yang berisi tentang menjaga hubungan baik antara Pemerintahan Kabupaten Cirebon dengan masyarakat melalui kegiatan silaturahmi dan kunjungan ke beberapa daerah di Kabupaten Cirebon. Hal tersebut dilakukan agar hubungan antara Pemerintah Kabupaten Cirebon dengan masyarakat terjalin dengan baik. Hal tersebut dapat dilihat dalam menjalin koneksi yang baik dengan followers di media sosial Instagram, akun @Cirebon kerap merespon para followersnya akun @Cirebonkab dengan cara membuat konten yang berisi komentar-komentar yang ada di postingan setelah itu dibuat video balasan respon keluhan masyarakat atau followers terkait komentar yang sedang ramai dibahas. salah satu contoh respon akun Instagram @Cirebonkab terhadap para followers yang mengeluhkan beberapa ruas jalan di Kabupaten Cirebon rusak dan akun @Cirebonkab membuat konten video balasan dari keluhan masyarakat Kabupaten Cirebon bahwa akan segera ada perbaikan jalan. Selain itu terdapat video dari followers yang di respon oleh akun @Cirebonkab mengenai perbaikan jalan yang ada di daerah Kabupaten Cirebon. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar menjaga koneksi yang baik antara followers dan akun media sosial Instagram @Cirebonkab.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari pembahasan mengenai pengaruh penggunaan media sosial Instagram Kabupaten Cirebon @cirebonkab terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pembangun & kegiatan pemerintahan Kabupaten Cirebon. Hasil penelitian tersebut didapat melalui jawaban responden dari kuisioner pernyataan yang sudah dibagikan. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh context yang signifikan antara penggunaan media sosial Instagram Kabupaten Cirebon dengan pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat, berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh dapat diketahui bahwa nilai signifikan positif sebesar $0,000 < 0,05$, dengan nilai R square sebesar 46,5% dan termasuk kedalam kategori yang cukup kuat.
2. Terdapat pengaruh communication yang signifikan antara penggunaan media sosial Instagram Kabupaten Cirebon dengan pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat, berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh dapat diketahui bahwa nilai signifikan positif sebesar $0,000 < 0,05$, dengan nilai R square sebesar 60,3% dan termasuk kedalam kategori yang kuat.
3. Terdapat pengaruh collaboration yang signifikan antara penggunaan media sosial Instagram Kabupaten Cirebon dengan pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat, berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh dapat diketahui bahwa nilai signifikan positif sebesar $0,000 < 0,05$, dengan nilai R square sebesar 55,3% dan termasuk kedalam kategori yang cukup kuat.
4. Terdapat pengaruh connection yang signifikan antara penggunaan media sosial Instagram Kabupaten Cirebon dengan pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat, berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh dapat diketahui bahwa nilai signifikan positif sebesar $0,000 < 0,05$, dengan nilai R square sebesar 53,4% dan termasuk kedalam kategori yang cukup kuat.

Ucapan Terimakasih

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Raditya Pratama Putra, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Dosen pembimbing seminar usulan penelitian atas segala bimbingan, arahan serta saran yang diberikan kepada peneliti sehingga proposal ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Seluruh dosen dan tenaga pendidikan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung yang telah membimbing, melayani, dan memberikan ilmu pengetahuan selama peneliti menempuh Pendidikan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.
3. Kedua orang tua peneliti, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, kesabaran serta dukungan yang luar biasa dalam setiap langkah hidup peneliti. Peneliti berharap agar peneliti bisa menjadi anak yang membanggakan bagi kedua orang tua peneliti.
4. Bapak Bambang Sudaryanto, S.H., M.H. selaku kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Cirebon.
5. Bapak Eka Swandi, SE. selaku kepala bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Cirebon
6. Bapak Doedi Surya, S.T. yang telah membantu peneliti dalam menjalankan penelitian.
7. Teman-teman seperjuangan yang telah mendukung dan menemani peneliti dalam menempuh pendidikan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan motivasi sehingga dapat terselesaikannya seminar proposal usulan penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Hidayatullah, S. (2020). Memahami Jenis-Jenis Media Sosial.
- Solis, B. (2010). Engage! The Complete Guide For Brands And Businesses To Build, Cultivate, And Measure Success In The New Web. Canada: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. Jurnal Common.
- Situmorang, W. R., & Hayati, R. (2023). Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi Dan Representasi Diri. Jurnal Sosiologi Nusantara.
- Malone, Samuel. A. (1997). Mind Skills for Managers. England: Gower Publishing Limited.
- Puspitadewi, I., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2016). Pemanfaatan “Twitter Tmcpoldametro” Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya. Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan.
- Balaka, M. Y. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif . Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung
- Sokal, R. R., & Rohlf, F. J. (2013). Biometry: The Principles And Praticce Of Statistics In Biological Research (Fourth). Peter Marshall.
- Manzilati, A. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, Dan Aplikasi. Malang: Universitas Brawijaya Press (Ub Press).

- Arifah, F. H., & Candrasari, Y. (2022). Pola Komunikasi Virtual Dalam Komunitas Games Online (Studi Netnografi Pada Komunitas Facebook Genshin Impact Indonesia Official). *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 2827-7945.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fakhrana, Dhaifina, and Zulfebriges. 2021. "Aktivitas Promosi Badan Promosi Pariwisata Daerah Kabupaten Ciamis Melalui Kegiatan Desaku Wisataku." *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi* 1(1):61–68. doi: 10.29313/jrmk.v1i1.163.
- Muhamad Fauzi Rohimat Desfiana, and Satya Indra Karsa. 2021. "Hubungan Penggunaan Instagram Simamaung Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers." *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi* 1(1):23–29. doi: 10.29313/jrmk.v1i1.66.
- Muhammad Fajar Wahab, and Ike Junita Triwardhani. 2022. "Instagram Sebagai Media Promosi Coffee Shop." *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi* 1(2):126–29. doi: 10.29313/jrmk.v1i2.554.
- Nelam Sari, Puja Resma. 2021. "Indonesia Digital Public Diplomacy on @kemlu_ri Instagram: Benefit and Challenges during COVID-19." *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi* 1(1):36–45. doi: 10.29313/jrmk.v1i1.115.
- Nur Indrawati Maulani, Izni, and Venny Sevtiany. 2024. "Manajemen Risiko Dan Bisnis GoTo Financial Serta Implementasinya Dalam Komunikasi Bisnis." *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi* 141–50. doi: 10.29313/jrmk.v4i2.4406.
- Qorri Aina Sofyan, and Yulianti. 2022. "Literasi Terkait Covid-19 Di Media Sosial." *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi* 1(2):138–45. doi: 10.29313/jrmk.v1i2.556.
- Risman Maulana, and Anne Maryani. 2022. "Makna Avatar Couple Pada Pengguna Media Sosial Discord." *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi* 107–14. doi: 10.29313/jrmk.v2i2.1637.
- Surya Ramadiansyah, and Dede Lilis Chaerowati. 2021. "Pemasaran Interaktif Melalui Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Applecoast Clothing." *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi* 1(1):8–16. doi: 10.29313/jrmk.v1i1.64.
- Ahmadi, D. (2024). *Komunikasi pariwisata digital : peluang dan tantangan*. UPT Publikasi Ilmiah Unisba.
- Ahmadi, D., Lisnur, W., Nurrahman, A. A., Yanuarti, E., & Basudewa, M. I. (2023). Improving scientific literacy through management of electronic journal using the "open journal system." *AIP Conference Proceedings*, 2824(1). <https://doi.org/10.1063/5.0158230>
- Chairunnisa, C. (2025). *Mengenal Keilmuan Khusus FH Unisba: Menjadi Profesional Hukum yang Berintegritas*. Republika. <https://news.republika.co.id/berita/sq0yzn370/mengenal-keilmuan-khusus-fh-unisba-menjadi-profesional-hukum-yang-berintegritas>

- Dzakiir, A., & Herlina, M. (2024). Modeling the Poverty Rate of East Java Using Quartile Smoothing Splines Regression. *Indonesian Journal of Economics and Management*, 4(3), 412–421. <https://doi.org/10.35313/ijem.v4i3.6273>
- Habib Reza Pahlawan, Amaranti, R., & Nurrahman, A. A. (2024). Perbaikan Usability pada Aplikasi Goopo dengan Menggunakan Metode System Usability Scale (SUS). *Bandung Conference Series: Industrial Engineering Science*, 944–960. <https://doi.org/10.29313/bcsies.v4i2.15173>