

Hubungan Kredibilitas yang Ditunjukkan Profil dengan Kebutuhan Informasi Pelayanan Publik di Kabupaten Sumedang

Agung Firdaus*, Raditya Pratama Putra

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

*firdausagung150301@gmail.com, radityapratamaputra15@gmail.com

Abstract. Social media in the digitalization era is used as a tool for information transactions, both personal and public. In contrast to conventional media such as newspapers, information conveyed through social media is usually shared in the form of content. Therefore, the strategy in content production must be appropriate so that information can be received effectively by the audience. The Office of Communication and Informatics, Coding and Statistics (DiskominfoSanditik) of the Sumedang district carried out its duties to convey information through the social media Instagram (@humassumedang) and succeeded in getting awards in the field of social media and public service. For this reason, this study aims to determine the relationship between Instagram content and the information needs of public services aimed at followers of the Instagram account @humassumedang. This study uses a quantitative method with a correlational approach study. The population of this research is the followers of the Instagram account @humassumedang with a sample of 100 people based on calculations using the Slovin formula and the sampling technique using purposive sampling. Data collection in this study was primary data using a questionnaire which was disseminated online to the sample criteria set by the researcher. The theory used in this research is Social Information Processing Theory. Researchers conducted data analysis by Spearman rank correlation, analysis.

Keywords: *Social Media, Information Transactions, Content.*

Abstrak. Media sosial di era digitalisasi digunakan sebagai alat transaksi informasi, baik bersifat personal ataupun publik. Berbeda dengan media konvensional seperti surat kabar, informasi yang disampaikan melalui media sosial biasanya dibagikan dalam bentuk konten. Maka dari itu, strategi dalam produksi konten harus tepat agar informasi dapat secara efektif diterima oleh audiens. Dinas Komunikasi dan Informatika, Persandian dan Statistik (DiskominfoSanditik) kabupaten Sumedang menjalankan tugasnya untuk menyampaikan informasi melalui media sosial instagram (@humassumedang) dan berhasil mendapatkan penghargaan dalam bidang media sosial dan juga pelayanan publik. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan konten instagram dengan kebutuhan informasi pelayanan publik yang ditujukan pada followers akun instagram @humassumedang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan studi pendekatan korelasional. Populasi dari penelitian ini adalah followers akun instagram @humassumedang sebanyak 12.166 dengan sampel yang didapat yaitu 100 orang berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin dan teknik penarikan sampel menggunakan simple random sampling. Pengumpulan data pada penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan angket yang disebarakan secara online kepada kriteria sampel yang telah ditetapkan peneliti. Adapun teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Social Information Processing. Peneliti melakukan analisis data dengan pengujian hipotesis korelasi rank spearman.

Kata Kunci: *Media Sosial, Transaksi Informasi, Konten.*

A. Pendahuluan

Keseharian hidup manusia saat ini tidak dapat terlepas dari jaringan *internet* yang merupakan sarana dari jaringan sosial. Berbagai macam informasi saat ini dapat dengan mudah diperoleh melalui jaringan *internet*, salah satunya adalah media sosial. Saat ini media sosial kerap kali digunakan sebagai aktivitas komunikasi secara *virtual* atau kegiatan komunikasi dalam jaringan, baik bersifat personal ataupun bersifat umum. Hal ini berpandangan sama dengan pendapat Rulli Nasrullah yang menyatakan bahwa *internet* memberikan kontribusi pada munculnya suatu ikatan sosial di *internet*, nilai-nilai dalam masyarakat *virtual*, atau bahkan struktur sosial secara *online* (Nasrullah, 2020:17). Penggunaan media sosial yang dilakukan oleh khalayak atau netizen senantiasa bersifat aktif, artinya terdapat perbedaan dengan penggunaan media konvensional yang hanya memberikan distribusi pesan kepada khalayak, sehingga khalayak bersifat pasif dalam sebuah media komunikasi.

Di era digitalisasi, Diskominfoanditik kabupaten Sumedang memanfaatkan *platform instagram* sebagai media informasi bagi masyarakat kabupaten Sumedang. Media sosial *instagram* merupakan bagian dari pengembangan *internet* yang digunakan sebagai sarana informasi. Sebagaimana menjalankan tugas dan fungsinya, Diskominfoanditik membagikan informasi kepada masyarakat melalui konten-kontennya yang memuat seputar kegiatan pemda kabupaten Sumedang, kegiatan atau acara besar kabupaten Sumedang, konten layanan masyarakat kabupaten Sumedang, bahkan sebagai media promosi kegiatan dan UMKM yang ada di kabupaten Sumedang melalui akun *instagram @humassumedang*.

Saat ini, proses penyampaian informasi dilakukan melalui *platform* media sosial yang disebut dengan konten. Konten yang memiliki makna sebuah pesan memberikan suatu stimulus baru bagi pengguna media sosial, maka dari itu konten dari media sosial ini dapat menjadi suatu sumber informasi yang berlangsung bagi kehidupan manusia dalam memenuhi kebutuhannya untuk mendapatkan informasi. Jenkins dalam bukunya menjelaskan bahwa media sosial atau termasuk juga media baru memberikan kemudahan dengan teknologi atau perangkat yang menawarkan khalayak untuk mengarsipkan, memberi keterangan, menyesuaikan, dan menyirkulasi ulang konten media (Nasrullah, 2020:31). Itu berarti, pengguna media sosial berlaku sebagai produser bersamaan juga berlaku sebagai konsumen pada sebuah konten.

Setiap konten yang dibagikan akun sosial media memiliki tujuan yang ingin dicapai yaitu mengomunikasikan atau memberikan informasi. Akun *instagram @humassumedang* memiliki 12.166 pengikut atau *followers* dengan jumlah postingan sebanyak 6.750 (terakhir diakses pada 6 Juni 2023), akun *instagram @humassumedang* merupakan bagian dari bentuk pelaksanaan tugas dari perangkat daerah yang memiliki tanggungjawab untuk mengelola informasi publik dalam mendukung kebijakan nasional dan Pemerintah Daerah, selain itu akun *instagram @humassumedang* menyediakan konten lintas sektoral, pelayanan informasi publik dan layanan hubungan media, serta sebagai penyedia akses informasi bagi masyarakat kabupaten Sumedang. Oleh karena itu, konten yang disediakan akun *instagram @humassumedang* bisa dijadikan sarana komunikasi untuk memenuhi kebutuhan informasi. Krikerlas menuturkan bahwa kebutuhan informasi merupakan tentang keadaan manusia dengan ketidakpastian, sehingga ada dorongan untuk mencari informasi (Putri, Prijana, dan Rohman, 2022:126).

Sebagaimana peneliti melakukan riset untuk menguji hubungan konten yang ditunjukkan profil dengan kebutuhan informasi pelayanan publik di Kabupaten Sumedang. Melalui variabel X1 ini adalah membuktikan bahwa dengan profil yang kredibel maka *followers* ataupun atau *audience* dapat menerima informasi konten yang terverifikasi.

Konten dari akun *instagram @humassumedang* memberikan informasi pelayanan publik dan lingkup pemerintahan kabupaten Sumedang. Sehingga *followers* atau masyarakat kabupaten Sumedang dapat menjadi sumber informasi dan memastikan kebenaran suatu informasi terkait kabupaten Sumedang dengan menghubungi akun *instagram @humassumedang*.

Sebagaimana peneliti menemukan adanya *gap* atau kesenjangan setelah melakukan survey awal, maka peneliti ingin menguji hubungan dari variabel X dan Y, di mana variabel X yang merupakan variabel *independent* adalah “Hubungan Konten *Instagram*

@humassumedang”, dan variabel Y yang merupakan *dependent* adalah “Kebutuhan Informasi”. Konten didefinisikan sebagai penggunaan situs web atau halaman web yang memiliki isi atau muatan, dan diakses menggunakan internet. (Martini & Syabilla, 2022:164). Isi atau muatan yang dimaksud ini adalah informasi, baik berupa tulisan, gambar, ataupun video. Indikator konten pada penelitian ini merupakan indikator dari Kingsnorth, di antaranya adalah kredibilitas yang ditunjukkan melalui profil, konten yang mudah untuk dibagikan kepada orang lain, berguna dan menyenangkan bagi target audiens, menarik, memiliki ketertarikan dengan audiens, menampilkan sesuatu yang berbeda, terdapat sebuah merek yang melekat (Kingsnorth, 233 : 2016). Terlepas dari indikator variabel “konten” berdasarkan konsep Kingsnorth, penelitian ini hanya meneliti lima indikator sehingga menjadi identifikasi masalah pada penelitian ini, dan pada artikel ini fokus membahas pada salah satu indikator konsep dari Kingsnorth yaitu **(X1) Kredibilitas yang ditunjukkan melalui profil**, dengan profil yang kredibel maka *followers* ataupun atau *audience* dapat menerima informasi konten yang terverifikasi.

B. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, Penulis menggunakan paradigma positivisme, paradigma tersebut muncul pada awal abad-19 yang dimentori oleh Aguste Comte melalui karyanya. *The Course of Positive Philosophy* (1830-1842). Thomas Khun (1962) Menggunakan kata paradigma untuk menunjukkan kerangka konseptual yang dipergunakan bersama komunitas ilmuwan yang menyediakan model yang tepat untuk mengkaji masalah dan menemukan solusinya (Rakhmat dan Ibrahim, 2017 : 30).

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan pengamatan sistematis untuk menelaah perilaku manusia dan menarik kesimpulan berdasarkan hasil pengamatan (Rakhmat dan Ibrahim, 2017 : 44).

Pada penelitian ini menggunakan perhitungan yang dibantu dengan *software* SPSS versi 25 dengan teknik sampling *probability* menggunakan *simple random sampling* dan didapatkan hasil 99,184 atau dibulatkan menjadi 100 responden dari keseluruhan populasi *followers instagram @humassumedang*. Dalam penelitian ini dipilih metode pengumpulan data yaitu menggunakan beberapa teknik, diantaranya adalah teknik wawancara, dokumentasi, dan angket atau kuesioner.

Beberapa rancangan pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji statistik linearitas, sementara dalam menguji inferensial digunakan pengujian Korelasi *Rank Spearman*.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis deskriptif data responden merupakan penjabaran mengenai objek penelitian dari hasil data yang telah diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden sampel yang diteliti. Adapun data dari responden yang dimintai keterangannya oleh peneliti dalam penyebaran kuesioner yaitu nama, jenis kelamin, usia, dan domisil.

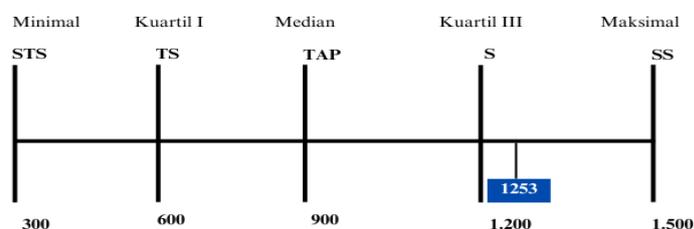
Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 49 orang atau 49% yakni lebih dari sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki, dan sisanya sebanyak 51 orang atau 51% merupakan responden dengan jenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa dalam sampel penelitian ini responden sebagian besar atau didominasi oleh perempuan.

Sedangkan pada hasil data responden berdasarkan klasifikasi usia didapatkan bahwa persentase klasifikasi responden berdasarkan usia yaitu 12% merupakan usia < 20 tahun dengan frekuensi data 13 responden, sementara rentan usia 20 – 30 tahun didapatkan persentase sebesar 84% dengan frekuensi data sebanyak 85 responden, sedangkan 4% didapatkan hasil persentase dari frekuensi data responden sebanyak 2 orang yang berusia 30-40 tahun. Sehingga dapat diketahui responden didominasi oleh kalangan dewasa yaitu rentan usia 20 hingga 30 tahun.

Sedangkan hasil survey yang dilakukan dilihat dari domisili responden didapatkan sebesar 82% merupakan responden dengan domisili kabupaten Sumedang atau sebanyak 82 orang, sedangkan persentase sebesar 18% merupakan responden yang berasal dari luar kabupaten Sumedang yaitu sebanyak 18 orang responden, diantaranya adalah Bandung, Cimahi, Cirebon, Garut, dan Kuningan. Dapat disimpulkan bahwa *followers* akun *instagram*

@humassumedang berasal dari berbagai domisili, dan hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa responden terbesar didominasi oleh *followers* yang berdomisili Kabupaten Sumedang.

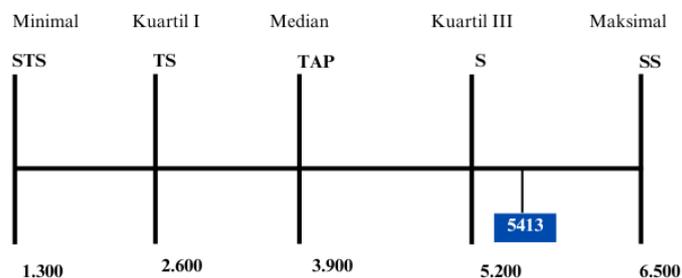
Dari hasil analisis deskriptif data penelitian terhadap hubungan konten yang ditunjukkan profil dengan kebutuhan informasi pelayanan publik di kabupaten Sumedang. Pada variabel X1 “Hubungan Konten yang Ditunjukkan Profil” dilakukan melalui 3 item atau butir pernyataan yang dikalkulasikan melalui skala *likert* dengan perhitungan modus, median dan interval, dan selanjutnya adalah dikategorikan berdasarkan penetapan yang berlaku.



Gambar 1. Hasil Analisis Deskriptif

Didapatkan hasil bahwa bahwa hasil dari jawaban responden mengenai sub-variabel Kredibilias yang Ditunjukkan Profil (X1) didapatkan nilai sebesar 1253 dan termasuk ke dalam kategori “Setuju” atau termasuk dalam jangkauan “Kuartil III”.

Selanjutnya adalah hasil analisis data deskriptif pada variabel Y “Kebutuhan Informasi” dilakukan melalui 13 item atau butir pernyataan yang dikalkulasikan melalui skala *likert* dengan perhitungan modus, median dan interval, dan selanjutnya adalah dikategorikan berdasarkan penetapan yang berlaku, dan didapatkan hasil sebagai berikut



Gambar 2. Hasil Analisis Deskriptif pada Variabel Y

Dapat dilihat dari kontinum di atas bahwa hasil dari jawaban responden mengenai sub-variabel Kebutuhan Informasi (Y) didapatkan skor 5413 yang termasuk ke dalam kategori “Setuju” atau termasuk dalam jangkauan “Kuartil III.”

Selanjutnya peneliti melakukan analisis inferensial pada data penelitian, di mana Pada penelitian ini peneliti menggunakan koefisien rank spearman untuk mengetahui adanya hubungan antara Konten Instagram (X) dengan Kebutuhan Informasi *Followers* (Y). Adapun hipotesis penelitiannya adalah :

H0: Tidak ada hubungan antara kredibilitas yang ditunjukkan melalui profil dengan kebutuhan informasi. ditolak

H1: Ada hubungan antara kredibilitas yang ditunjukkan melalui profil dengan kebutuhan informasi. diterima.

Di bawah ini merupakan tabel dari hasil perhitungan SPSS Versi 25 yang dilakukan peneliti menggunakan pengujian hipotesis *Rank Spearman*.

Tabel 1. Korelasi Rank Spearman

			Kredibilitas yang Ditunjukkan Profil	Kebutuhan Informasi
Spearman's rho	Kredibilitas yang Ditunjukkan Profil	Correlation Coefficient	1.000	.618**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	Konten Instagram	Correlation Coefficient	.618**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

Berdasarkan tabel di atas hasil perhitungan menggunakan SPSS versi 25 dengan korelasi *Rank Spearman* diperoleh nilai koefisien antara variabel Kredibilitas yang Ditunjukkan Profil dengan Kebutuhan Informasi adalah 0,618. Dari data tersebut didapat nilai signifikansi atau Sig. (2-tailed) adalah 0,001 lebih kecil dari 0,05 yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara variabel Kredibilitas yang Ditunjukkan Profil dengan Kebutuhan Informasi. Berdasarkan data yang diperoleh dan mengacu pada interval nilai koefisien korelasi 0,618 memiliki tingkat kekuatan hubungan yang “kuat.” Kedua variabel tersebut memiliki arah hubungan yang positif dan searah. Maka dari itu, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa Kredibilitas yang Ditunjukkan Profil memiliki hubungan dengan Kebutuhan Informasi.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil olah data beserta analisis peneliti mengenai kredibilitas yang ditunjukkan profil dengan kebutuhan informasi pelayanan publik di kabupaten sumedang, dapat diambil kesimpulan dan diharapkan dapat menjawab pertanyaan yang telah dirumuskan pada pertanyaan yang telah dirumuskan pada penelitian ini.

Dari hasil olah data peneliti menggunakan SPSS dengan teknik pengumpulan data *simple random sampling* didapatkan 100 responden, data-data dikumpulkan melalui wawancara, dokumentasi, dan angket yang disebarakan menggunakan *google formulir*. Analisis data inferensial menggunakan *rank spearman*, di mana didapat kesimpulan Terdapat hubungan antara kredibilitas yang ditunjukkan melalui profil (X1) dengan minat kebutuhan informasi (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,618 bentuk hubungan yang positif searah dan termasuk kedalam kategori tingkat hubungan yang kuat, dibuktikan dengan hasil uji *statistic Spearman's rho*.

Acknowledge

Penelitian berjudul “Hubungan Konten *Instagram* Dengan Kebutuhan Informasi Pelayanan Publik Di Kabupaten Sumedang (Studi Korelasional pada *Followers* Akun Instagram @humasumedang)” adalah sebuah hasil penelitian yang peneliti lakukan untuk memenuhi tugas dan sebagai syarat guna mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak

dapat terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, peneliti dengan sepenuh hati mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu dalam menyusun penelitian ini, diantaranya:

1. **Yth. Bapak Raditya Pratama Putra S.I.Kom., M.I.Kom.** selaku dosen pembimbing yang senantiasa sabar membimbing peneliti dalam menyusun penelitian ini dan memberikan banyak saran dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
2. **Yth. Ibu Prof. Dr. Atie Rachmiate, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung beserta jajarannya yang telah menyediakan fasilitas dan memberikan kesempatan kepada penulis dalam menimba ilmu pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.
3. **Yth. Ibu Dr.Hj. Ani Yuningsih, Dra., M.Si.** selaku Ketua Program Studi S1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung yang telah memberikan pengesahan pada penelitian ini.
4. **Yth. Ibu Indri Rachmawati, S.Sos., M.Ikom** selaku Sekretaris Prodi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung yang telah memberikan bimbingan terkait pelaksanaan usulan penelitian bagi seluruh mahasiswa Fikom Unisba.
5. **Yth. Ibu Santi Indra Astuti S.Sos., M.Si.** selaku wali dosen yang senantiasa memberikan arahan dan motivasi selama masa perkuliahan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.
6. **Yth. Para Dosen Fikom Universitas Islam Bandung dan Tenaga Pendidik Fikom Universitas Islam Bandung** yang senantiasa memberi dukungan untuk kelancaran selama menempuh pendidikan S-1 di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.
7. Kepada kedua Orang Tua saya tercinta yang senantiasa selalu mendukung, mendo'akan, dan menyemangati saya selama menyusun penelitian ini hingga menyelesaikan dengan baik.
8. Kepada sahabat saya Akbar Fadillah, Efendi Suhandi, Farhan Fauzi, Fauzy Nasution, Janwar Alamsah, Husni Tamrin, Sabani Lingga Saputra, Mahesa, Wildan, Firyal, Rossy, Marla, dan Vira Anjani yang senantiasa memberikan dukungan serta menjadi sahabat seperjuangan yang sama-sama menyelesaikan tugas akhir skripsi.
9. Kepada rekan seperjuangan di Fikom Unisba Argya Fauzan, Azmul Fiqri, Ari Ramadhan, Edo Ilham, Daffa, Fajar, Gusti, Hasan Muzaki, Rafi, Radit, Rizky Fauzi dan Tardha Wirada yang selalu suportif selama menempuh pendidikan di Fikom Unisba.

Sekali lagi peneliti ucapkan terima kasih atas segala doa, bantuan, dan dukungan yang diberikan dari semua pihak. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan dan penulisan penelitian ini, untuk itu dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penelitian ini. Akhir kata penulis mengharapkan semoga penelitian ini berguna bagi berbagai pihak yang membutuhkan.

Daftar Pustaka

- [1] Ibrahim, Mochamad Maulana, and Rahmat Edi Irawan. "Pengaruh Konten Media Sosial terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19." dalam *Jurnal Representamen* Vol 7. No. 02, Tahun 2021 (Hlm. 77)
- [2] Intani, D. C., & Yuliati, N., 2015. "Hubungan Antara Program Musik Breakout di NET TV dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tentang Musik". Dalam *Prosiding Hubungan Masyarakat Seminar Penelitian Sivitas Akademika Unisba, Universitas Islam Bandung, Bandung, 2015* (Hlm. 235)
- [3] Karunia, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92-104.
- [4] Kingsnorth, Simon. 2016. *Digital Marketing Strategy An Integrated Approach to Online Marketing*. USA : Kogan Page Limited
- [5] Nasrullah, Rulli. 2020. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi*.

Bandung : Simbiosis Rekatama Media

- [6] Putri, N.A., Prijana dan Rohman, A.S. 2022. “Hubungan Kualitas Informasi Akun Instagram @seputar.aespa Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers” dalam *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Volume 17, No.2, Tahun 2022. (hlm. 126)
- [7] Syuhada, M. Pemanfaatan Media Komunikasi Dengan Teori System Information Processing Pada Aplikasi “Jogo Malang”. *Jurnal Impresi Indonesia*.Vol. 1 No. 9 Tahun 2022 (Hlm. 925)
- [8] Wijaya, Michael Kurniawan, Agusly Irawan Aritonang, and Lady Joanne Tjahyana. "Sikap Followers Instagram@ kopikenangan. id Terhadap Isi Pesan Postingan Mengenai Produk Sultan Boba." *Jurnal e-Komunikasi*. Vol. 10, No. 2. Tahun 2022 (Hlm. 5)
- [9] D. A. Ghifari and Zulfebriges, “Pemanfaatan Konten Kuliner sebagai Promosi UMKM pada Platform Media Informasi,” *Jurnal Riset Public Relations*, pp. 133–140, Dec. 2023, doi: 10.29313/jrpr.v3i2.3127.
- [10] F. D. Musyaffa and D. Ahmadi, “Strategi Komunikasi PT. G dalam Menangani Isu Negatif di Media Sosial,” *Jurnal Riset Public Relations*, pp. 109–114, Dec. 2023, doi: 10.29313/jrpr.v3i2.3116.
- [11] S. Syifa and E. Setiawan, “Pengaruh Promosi Produk Halal terhadap Minat Beli Konsumen,” *PERSON: PERSPECTIVE IN COMMUNICATION*, vol. 1, no. 1, 2023.