

**IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
@pembkab.oganilir TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN  
INFORMASI *FOLLOWERS***

**SKRIPSI**

**Program Studi Sistem Informasi  
Jenjang Sarjana**



Oleh

**Theresia Andrina Bella br Ginting**

**NIM 09031282025052**

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @pembkab.oganyir  
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI *FOLLOWERS***

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi  
di program studi Sistem Informasi SI

Oleh :

Theresia Andrina Bella br Ginting  
NIM 09031282025052

Indralaya, Mei 2024

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sistem Informasi



**Ahmad Rifai, S.T., M.T**  
NIP. 19791020201021003

Pembimbing



**Apriansyah Putra, M.Kom**  
NIP. 197704082009121001

## HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Theresia Andrina Bella br Ginting  
NIM : 09031282025052  
Prodi : Sistem Informasi Reguler  
Judul Skripsi : IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM @pembkab.oganyir TERHADAP  
PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI *FOLLOWERS*

Hasil Pengecekan *Software Ithenticate/Turnitin* : 17%

Menyatakan bahwa laporan skripsi saya merupakan hasil karya sendiri dan bukan hasil penjiplakan/plagiat. Apabila ditemukan unsur penjiplakan/plagiat dalam laporan skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikianlah, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada paksaan oleh siapapun.

Indralaya, Mei 2024

Penulis,



Theresia Andrina Bella br Ginting

NIM. 09031282025052

## HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Senin

Taggal : 25 Maret 2024

Nama : Theresia Andrina Bella br Ginting

NIM : 09031282025052

Judul : IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
@pemkab.oganilir TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN  
INFORMASI FOLLOWERS

Tim Penguji :

1. Pembimbing : Apriansyah Putra, M.Kom
2. Ketua Penguji : Ahmad Rifai, S.T., M.T.
3. Sekretaris : Dedy Kurniawan, M.Sc.
4. Penguji : Ari Wedhasmara, M.TI.



Handwritten signatures of the examiners, including the Chairman (Ahmad Rifai), Secretary (Dedy Kurniawan), and Examiner (Ari Wedhasmara), each on a horizontal line.

Mengetahui,

Ketua Jurusan Sistem Informasi



Ahmad Rifai, S.T., M.T.

NIP. 19791020201021003

## **HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO**

*“do your job and let God dot the rest”*

-theresia

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

**“Diri saya sendiri, Theresia Andrina Bella yang telah mampu dan sanggup dalam menyelesaikan apa yang telah dimulai.”**

**“Orang tua saya yang sangat berperan penting dalam hidup saya.  
Terimakasih atas segala cinta dan usaha hingga saya bisa berada di titik ini.  
Terimakasih atas doa yang selalu menemani saya disepanjang hidup saya  
dan terimakasih sudah menjadi orang tua yang hebat untuk anak mu ini.”**

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Media Sosial Instagram @Pekab.Oganilir Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*” dengan baik dan tepat pada waktunya.

Selama penyusunan laporan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang berharga serta berkesan bagi penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat selesai dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, kesehatan dan jalan yang terbaik serta telah menemani penulis selama proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
2. Bapak dan Mamak tersayang yang selalu menjadi penyemangat penulis, yang tiada hentinya memberikan kasih sayang, doa, dan motivasi dengan penuh keikhlasan yang tak terhingga kepada penulis.
3. Mendiang mamak tercinta yang sudah menjadi motivasi terbesar saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terimakasih telah membesarkan saya dan menyayangi saya sepanjang hidupmu.
4. Kak Yuni, Kak Arie, Kak Kristi, Bang Andre, Oca, Bang Denis, Bang Eki, Alvaro, Grey, Gavi dan Geva yang sudah memberikan penghiburan serta semangat selama proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
5. Bapak Prof. Dr. Erwin, S.Si, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.

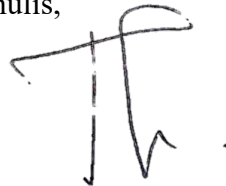
6. Bapak Ahmad Rifai, S.T., M.T. selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
7. Bapak Ir. Muhammad Ihsan Jambak, M.SC.,M.M. selaku pembimbing akademik yang selalu memberikan saran dan bimbingan dalam perkuliahan saya.
8. Bapak Apriansyah Putra, M.Kom selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang selalu memberikan semangat, arahan dan bimbingan dalam mengerjakan Tugas Akhir saya.
9. Seluruh Pegawai Dinas Kominfo Statistik dan Persandian Pemerintah Kabupaten Ogan Ilir yang telah terbuka memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian Tugas Akhir ini.
10. Kak Angga selaku Admin Program Studi Sistem Informasi Reguler yang telah berbesar hati untuk membantu proses penyelesaian Tugas Akhir.
11. Seluruh Dosen Pembahas dan Penguji yang telah memberikan pencerahan terhadap kualitas dari Tugas Akhir Penulis.
12. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya yang telah memberikan referensi dan pencerahan terhadap Tugas Akhir yang telah diselesaikan.
13. Joprinus Sinulingga sebagai partner dalam segala hal yang selalu meluangkan waktu untuk menemani saya, mendengarkan keluh kesah saya, dan dengan tulus memberikan semangat kepada saya.
14. Enda dan Yemi yang sama sama memperjuangkan gelar sarjana. Terimakasih karna telah menjadi tempat ternyaman untuk bercerita dan telah memberikan semangat kepada saya.

15. Teman seperjuangan kost Adinda 15 yang telah membantu, menemani serta mengerti akan *mood* dan keadaan saya. Terimakasih telah menjadi ibu, teman dan saudara saya selama hidup perantauan ini.
16. Teman-teman seperjuangan SI REG A 2020 yang selalu membantu penulis untuk melewati masa perkuliahan.

Akhir kata penulis menyadari atas ketidaksempurnaan dari Tugas Akhir ini. Penulis membuka diri dan sangat menerima saran serta masukan yang bersifat membangun agar menjadi lebih baik lagi dikemudian hari.

Indralaya, 21 Mei 2024

Penulis,



Theresia Andrina Bella br Ginting

NIM. 09031282025052



**IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @pemkab.oganilir  
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI *FOLLOWERS***

**Oleh**

**Theresia Andrina Bella br Ginting**

**09031282025052**

**ABSTRAK**

Instagram adalah platform yang paling populer di kalangan masyarakat saat ini. Tidak hanya sebagai alat komunikasi, Instagram dapat sebagai tempat mencari dan berbagi informasi. Pemerintahan Kabupaten Ogan Ilir adalah salah satu instansi pemerintahan yang menggunakan Instagram dalam menyebarkan informasi tentang daerahnya kepada masyarakat. Instagram @pemkab.oganilir memiliki 5,9 ribu *followers* dan 3,6 ribu postingan pada Oktober 2023, tetapi dengan jumlah *followers* yang begitu banyak, tampaknya tidak ada interaksi video atau foto. Hanya dua puluh hingga lima puluh akun biasanya memiliki jumlah like dan komen pada postingan. Menurut (Chris Heuer dalam buku Solis (2010)) terdapat 4 Indikator yang harus ada di media sosial, yaitu Indikator 4C. Hal tersebut meliputi, *Context, Communication, Collaboration, dan Connection*. Menurut Syaffril ada 4 pendekatan agar mengetahui informasi seperti apa yang dibutuhkan pengguna dalam memenuhi kebutuhannya diantaranya : *Current need approach, Everyday need, Exhaustic need approach dan Catching up need approach*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan metode analisis data yaitu PLS-SEM. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Analisis data dilakukan menggunakan *SmartPls* dengan pengujian *outer model* dan *inner model*. Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa nilai koefisien parameter variabel *context, communicaton, collaboration* dan *connection* bernilai positif. Nilai *t-value* variabel *context, collaboration* dan *connection* lebih besar dari *t-tabel* 1,96 dan nilai *p-value* lebih kecil dari 0.05. Sedangkan variabel nilai *t-value* pada variabel *communicaton* lebih kecil dari *t-tabel* 1,96 dan nilai *p-value* lebih besar dari 0.05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *context, collaboration* dan *connection* berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel kebutuhan informasi sedangkan *communicaton* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap variabel kebutuhan informasi.

Kata kunci : *E-Government, Media Sosial Instagram, Kebutuhan Informasi.*

**IDENTIFICATION OF FACTORS AFFECTING THE USE OF SOCIAL  
MEDIA INSTAGRAM @pemkab.oganilir ON THE INFORMATION  
NEEDS OF *FOLLOWERS***

**By**

**Theresia Andrina Bella br Ginting**

**09031282025052**

**ABSTRACT**

Instagram is the most popular platform among people today. Not only as a communication tool, Instagram can be a place to find and share information. The Ogan Ilir Regency Government is one of the government agencies that uses Instagram in disseminating information about its region to the public. Instagram @pemkab.oganilir has 5.9 thousand *followers* and 3.6 thousand posts as of October 2023, but with such a large number of *followers*, there seems to be no video or photo interaction. Only twenty to fifty accounts usually have a number of likes and comments on posts. According to (Chris Heuer in the book Solis (2010)) there are 4 indicators that must be present in social media, namely the 4C Indicator. These include, Context, Communication, Collaboration, and Connection. According to Syaffril, there are 4 approaches to find out what kind of information users need in meeting their information needs, including: Current need approach, Everyday need, Exhaustic need approach and Catching up need approach. The method used in this research is quantitative method with data analysis method, namely PLS-SEM. Data collection through distributing questionnaires to 100 respondents. Data analysis was carried out using SmartPls by testing the outer model and inner model. From this study, the results show that the parameter coefficient value of the context, communication, collaboration and connection variables is positive. The t-value of the context, collaboration and connection variables is greater than the t-table 1.96 and the p-value is smaller than 0.05. While the t-value variable on the communicaton variable is smaller than the t-table 1.96 and the p-value is greater than 0.05. From these results it can be concluded that context, collaboration and connection have a significant positive effect on the information needs variable while communicaton has an insignificant positive effect on the information needs variable.

Keywords: E-Government, Instagram Social Media, Information Needs.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Masalah.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Profil Instansi .....	6
2.1.1 Sejarah Instansi.....	6
2.1.2 Visi dan Misi Instansi .....	10
2.1.3 Struktur Organisasi .....	12
2.2 Media Sosial.....	13
2.3 Uses and Gratification.....	14
2.4 Kebutuhan Informasi.....	15
2.5 Penelitian Terdahulu.....	16
2.6 Populasi dan Sampel .....	24
2.6.1 Populasi.....	25
2.6.2 Sampel .....	25
2.7 Teknik pengambilan sampling.....	25
2.7.1 Sampel Probabilitas (Probability sampling) .....	25
2.7.2 Sampel Non-Probabilitas ( <i>Non-probability Sampling</i> ).....	26
2.8 Menentukan Ukuran Sampel.....	28
2.9 Skala <i>Likert</i> .....	29

2.10 Teknik Analisis Data.....	29
2.10.1 Desain <i>Measurement Model (Outer Model)</i> .....	30
2.10.2 Desain <i>Structural Model (Inner Model)</i> .....	30
2.11 Evaluasi Model.....	30
2.11.1 Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i> .....	30
2.11.2 Evaluasi <i>Structural Model (Inner Model)</i> .....	31
2.12 Pengujian Hipotesis.....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 <i>Flowchart</i> Penelitian .....	33
3.2 Jenis Penelitian .....	34
3.3 Objek Penelitian .....	34
3.4 Hipotesis Penelitian.....	34
3.5 Populasi dan Sampel .....	35
3.6 Teknik Pengambilan Sampel .....	36
3.7 Metode Pengumpulan Data .....	36
3.7.1 Jenis Data.....	37
3.7.2 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.8 Content Validity.....	41
3.9 Pilot Test.....	48
3.10 Analisis Data.....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
4.1 Alur Penelitian.....	49
4.2 Hasil Perhitungan <i>Content Validity</i> .....	49
4.3 Hasil Perhitungan <i>Pilot Test</i> .....	52
4.4 Hasil Pengumpulan Data .....	56
4.5 Karakteristik Responden .....	56
4.5.1 Jenis Kelamin Responden.....	56
4.5.2 Pekerjaan Responden.....	57
4.5.3 Usia Responden .....	57
4.6 Analisis Data.....	58
4.6.1 Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i> .....	58
4.6.2 Evaluasi <i>Structural Model (Inner Model)</i> .....	62
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>69</b>

<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>73</b>
----------------------	-----------

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Tabel Penelitian Terdahulu .....	17
<b>Tabel 2.2</b> Alternatif Skala Likert .....	29
<b>Tabel 3.1</b> Tabel Instrumen Pernyataan.....	37
<b>Tabel 3.2</b> Jumlah Ahli dan Kriteria Penentuan Validitas Isi dengan CVI.....	41
<b>Tabel 3.3</b> Content Validity .....	42
<b>Tabel 4.1</b> Content Validity .....	50
<b>Tabel 4.2</b> Hasil Pilot Test nilai Outer Loading, Cronbach's Alpha, Composite Reability dan Average Variance Extracted (AVE).....	53
<b>Tabel 4.3</b> Hasil Pilot Test nilai Cross Loading .....	54
<b>Tabel 4.4</b> Hasil Outer Loading, Cronbach's Alpha, Composite Reability dan Average Variance Extracted (AVE).....	60
<b>Tabel 4.5</b> Nilai Cross Loading.....	61
<b>Tabel 4.6</b> Nilai R-Square .....	62
<b>Tabel 4.7</b> Nilai VIF .....	63
<b>Tabel 4.8</b> Hasil Path Coefficient.....	64

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Bagan Struktur Organisasi Pemerintah Kabupaten Ogan Ilir.....	12
<b>Gambar 3.1</b> Flowchart Penelitian .....	33
<b>Gambar 3.2</b> Kerangka Hipotesis Penelitian.....	34
<b>Gambar 4.1</b> Uji Outer Model Pilot Test.....	53
<b>Gambar 4.2</b> Diagram Jenis Kelamin Responden.....	57
<b>Gambar 4.3</b> Diagram Pekerjaan Responden.....	57
<b>Gambar 4.4</b> Diagram Usia Responden .....	58
<b>Gambar 4.5</b> Evaluasi Outer Model SmatPls 4.....	59
<b>Gambar 4.6</b> Hasil Path Coefficient.....	63

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era sekarang ini, kemajuan teknologi adalah salah satu yang tidak bisa dihindari lagi karena di era yang serba cepat seperti sekarang, efisiensi waktu sangat penting dalam kehidupan sehari-hari (Fauziyyah & Rina, 2020). Teknologi memungkinkan segala aktivitas manusia untuk menjadi lebih cepat dan efisien. Salah satu bidang yang ikut berkembang mengikuti zaman yaitu bidang komunikasi dan media sosial adalah salah satu dampak dari berkembangnya bidang komunikasi (Sutrisno & Mayangsari, 2022). Media sosial menurut Hidayatullah (2020) ialah situs atau layanan daring yang memungkinkan penggunanya untuk mengonsumsi serta mengikuti atau berpartisipasi membuat, mengomentari, dan menyebarkan berbagai konten dalam berbagai format seperti teks, gambar, video dan foto. Menurut Fauziyyah & Rina (2020) media sosial adalah salah satu cara utama manusia mendapatkan informasi yang menggunakan "konsep orang banyak" untuk menghubungkan informasi secara kolaboratif. Munculnya media sosial memberikan banyak manfaat bagi masyarakat, terutama dalam hal mencari informasi dan berkomunikasi (Fauziyyah & Rina, 2020). Salah satu media sosial yang sangat populer digunakan oleh masyarakat adalah instagram. Berdasarkan data dari NapoleonCat pada Agustus 2023 terdapat 111,1 juta pengguna Instagram di Indonesia.

Menurut Fauziyyah & Rina (2020), instagram tidak hanya dirancang untuk mengedit foto dan video serta membagikan foto dan video tetapi bisa dijadikan para pengguna sebagai wadah untuk membagikan berita. Banyak pengguna instagram



menggunakan platform ini untuk berbagi konten yang berhubungan dengan berbagai topik seperti, makanan, kecantikan, *event*, perlombaan, himbauan dan banyak lagi. Dengan menggunakan Instagram, pengguna juga dapat mendapatkan berita yang sesuai dengan kebutuhan mereka karena berita muncul di *time line* sesuai dengan akun Instagram yang diikuti.

Menurut teori *uses and gratification* yang dikemukakan oleh Blumer dan Katz (dalam Sutrisno & Mayangsari, 2022), pengguna media berpartisipasi secara aktif dalam proses komunikasi, karena mereka memilih dan menggunakan media. Pengguna media memilih dan memilih sumber media mana yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka, termasuk informasi. Manusia bergantung pada informasi untuk memenuhi berbagai kebutuhan, seperti memperoleh pengetahuan baru, meningkatkan keterampilan, mengurangi keraguan, dan mendapatkan kepuasan (Perdana et al., 2012).

Saat ini, media sosial terutama Instagram digunakan tidak hanya oleh individu, komunitas, organisasi, perusahaan, bahkan pemerintahan pun menggunakannya . Menurut Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika (2018), sebagai bentuk kemajuan teknologi perkembangan, organisasi pemerintah harus menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi tentang daerahnya. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram dapat digunakan sebagai media untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Instansi ataupun pemerintah dapat menyebarkan informasi mengenai wilayah sekitarnya kepada masyarakat luas melalui Instagram. Salah satu pemerintahan yang menggunakan Instagram sebagai alat interaksi dan penyebaran informasi adalah Pemerintah Kabupaten Ogan Ilir dengan nama akun @pembkab.oganilir.

Akun instagram @pembkab.oganiilir adalah instagram yang memberikan informasi terkait Kabupaten Ogan Ilir mulai dari himbauan, acara yang diselenggarakan oleh Pemkab Ogan Ilir dan lainnya. Akun @pembkab.oganiilir yang dikelola oleh Dinas Kominfo Statistik dan Persandian Pemerintah Kabupaten Ogan Ilir adalah akun yang aktif dalam menyebarkan informasi dan akun yang memiliki paling banyak *followers* dibandingkan dengan akun pemerintahan kabupaten Ogan Ilir lainnya. Terdata Oktober 2023, Instagram @pembkab.oganiilir diikuti oleh 5,9 ribu *followers* dan memiliki 3,6 ribu postingan. Tetapi dengan jumlah *followers* yang begitu banyak, terlihat kurangnya interaksi pada postingan video atau foto. Rata-rata jumlah *like* dan komen pada suatu postingan hanya 20 sampai 50 akun saja. Menurut Sutrisno & Mayangsari (2022) hal ini menimbulkan pertanyaan, apakah penyebaran informasi pada akun @pembkab.oganiilir tidak disampaikan dengan baik atau informasi yang disampaikan tidak sesuai dengan kebutuhan *followers*?. Memang sebuah tantangan yang besar bagi pemerintah untuk mengelola akun Instagram tersebut. Agar terjalin hubungan timbal balik antara pemerintah dan *followers*, informasi yang disebarkan harus sesuai dengan kebutuhan *followers*.

Pada penelitian Sutrisno & Mayangsari (2022) mengenai pengaruh penggunaan media sosial instagram @humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* memberikan hasil bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram @humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dengan indikator *context*, *communication*, *collaboration* dan *connection* terhadap pemenuhan kebutuhan informasinya. Karena latar belakang tersebut, penulis melakukan penelitian tugas akhir dengan judul “**IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL**

## **INSTAGRAM @pembkab.oganilir TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI *FOLLOWERS*".**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah penelitian adalah faktor-faktor apakah yang mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi *followers* pada akun instagram @pembkab.oganilir?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan faktor-faktor apakah yang mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi *followers* pada akun instagram @pembkab.oganilir.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Secara akademis diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber pengetahuan tentang pengaruh penggunaan media sosial pemerintahan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followersnya*. Penelitian ini juga diharapkan untuk menambah wawasan bagi pembaca.
2. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Pemerintahan Kabupaten Ogan Ilir dan juga Dinas Kominfo Statistik dan Persandian Pemerintah Kabupaten Ogan Ilir sebagai pengelola akun Instagram @pembkab.oganilir agar dapat memenuhi kebutuhan informasi *followersnya*.

### **1.5 Batasan Masalah**

Batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Responden penelitian ini adalah *followers* dari akun Instagram @pembkab.oganilir.
2. Penelitian ini menggunakan teori media sosial, *uses and gratification* dan kebutuhan informasi.
3. Hasil kuesioner yang digunakan diperoleh dari kuesioner yang disebarluaskan kepada sampel penelitian melalui DM (*Direct Message*) di Instagram.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alimuddin, N., & Latepo, I. (2021). A Study of University Students' Communication Behavior in Social Media from Theory of Uses and Gratification. *Journal of Humanities and Social Sciences Studies*, 3(11), 122–132. <https://doi.org/10.32996/jhsss.2021.1.4.11>
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado. *663 Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Ashar, M. K., Mujanah, S., & Murgianto. (2019). Pengaruh Kompetensi, Dukungan Organisasi, Terhadap Kinerja Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening Pada Yayasan Pendidikan Cendekia Utama Surabaya. *Jurnal Global*, 4(1), 16–29.
- Ayu Priana, Sutjipto, V. W., & Romli, N. A. (2022). Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram @riliv dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(2), 85–97. <https://doi.org/10.35814/coverage.v12i2.3097>
- Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2018). Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah. *Jakarta Pusat: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika*.
- Djafar, D. M. R. H., & Putri, Y. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram@ visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *eProceedings of Management*, 7(1).
- Fauziyyah, S. N., & Rina, N. (2020). Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 13–24. <https://doi.org/10.35326/medialog.v3i1.479>
- Firdaus, D., Yustikasari, & Prastowo, F. A. . (2021). No Title. *Journal of Scientific Communication*, 3(2), 85–96. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31506/>
- Gani, N. I. A., Rathakrishnan, M., & Krishnasamy, H. N. (2020). A pilot test for establishing validity and reliability of qualitative interview in the blended learning English proficiency course. *Journal of Critical Reviews*, 7(5), 140–143. <https://doi.org/10.31838/jcr.07.05.23>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) [2nd ed.]*-Sage (2017).pdf.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>

- Hakim, F., & Jayanti, K. (2022). the Effectiveness of Government Instagram Account To Fulfill the Information Needs Study on @Humaskotatangsels. *Journal of Digital Media Communication*, 1(1), 10–19. <https://doi.org/10.35760/dimedcom.2022.v1i1.6509>
- Hendarsih, V. G., & Banowo, E. (2023). Pengaruh Terpaan dan Kredibilitas Instagram@Netflixid Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Trailer Film Bagi Followers. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(1), 102-113.
- Hendryadi. (2017). VALIDITAS ISI: TAHAP AWAL PENGEMBANGAN KUESIONER. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(2), 169–178.
- Hidayatullah, S. (2020). *No Title*. <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/memahami-jenis-jenismedia-sosial>.
- Iur, B. O. (2008). *Bupati ogan ilir*.
- Jogiyanto, H. (2008). *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. Andi.
- Kabanga, R. S., Nugroho, H. A., & Winarno, W. W. (2016). Measuring User Satisfaction and Website Adoption of Government Website Quality on The Dissemination Food Security Information (Pengukuran Kualitas Website Pemerintah Terhadap Kepuasan Pengguna dan Adopsi Website dalam Diseminasi Informasi Ketahanan Pangan. *Journal Pekommas*, 1(1), 45. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2016.2010105>
- Khansa, S. D., & Putri, K. Y. S. (2022). *Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca*. 2(2021).
- NapoleonCat. (2023). *Instagram users in Indonesia August 2023*. Napoleoncat.Com. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2023/08/>
- Musfiyah, M., & Christiani, L. (2020). Pemanfaatan Line Today terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro Semarang. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 4(4), 425-439.
- Perdana, C. R., Rizal, E., & Khadijah, U. L. (2012). Hubungan Twitter Jatinangorku dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Daerah Jatinangor bagi Followers. *EJurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran*, 1(1), 1–15. <http://journals.unpad.ac.id>
- Purwanto, A., & Sudargini, Y. (2021). Partial Least Squares Structural Squation Modeling (PLS-SEM) Analysis for Social and Management Research : A Literature Review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 114–123.
- Purwanza dkk., S. W. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi. In *News.Ge* (Issue March).
- Puspita, N. A. (2022). Efektivitas Media Sosial Akun Instagram@ detikcom dalam

- Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 4(2), 112-117.
- Puspitasari, W. D., & Febrinita, F. (2021). Pengujian Validasi Isi (Content Validity) Angket Persepsi Mahasiswa terhadap Pembelajaran Daring Matakuliah Matematika Komputasi. *Journal Focus Action of Research Mathematic (Factor M)*, 4(1), 77–90. [https://doi.org/10.30762/factor\\_m.v4i1.3254](https://doi.org/10.30762/factor_m.v4i1.3254)
- Rina, N. (2020). Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 13–24. <https://doi.org/10.35326/medialog.v3i1.479>
- Rossza, D. A., & Lubis, E. E. (2020). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @halodoc TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI KESEHATAN FOLLOWERS. *Journal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7(1), 1–11.
- Sanjaya, A. S. (2020). Pengaruh Dimensi Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Climatethirty. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(4), 272-278.
- Sarie, R. E. P., & Destiwati, R. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram@ beeruindonesia terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Perhitungan Kalori. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 52-58.
- Solis, B. (2010). *ENGAGE! The Complete Guide for BRANDS and BUSINESSES to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. John Wiley & Sons.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Andi Offset.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>
- Syahbani, M. F., & Widodo, A. (2017). *Food Blogger Instagram : Promotion Through Social Media*. 1(1), 46–58.
- Tamie, M. D., & Alfikri, M. (2022). THE EFFECTIVENESS OF USING INSTAGRAM ON THE@ MEDAN TALK ACCOUNT IN FULFILLING THE INFORMATION NEEDS OF COMMUNICATION STUDIES STUDENTS AT STATE UNIVERSITY OF NORTH SUMATRA STAMBUK 2018. *Kabillah (Journal of Social Community)*, 7(2), 492-498.
- Theandra, R. (2022). Pengaruh Context, Communication, Collaboration, Dan Connection Dalam Instagram Terhadap Minat Beli Produk Porkita. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 7(6).
- Wulandari, A. and Salma, A.N., 2022. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora*, 5(2), pp.242-246.

Yusoff, M. S. B. (2019). ABC of Content Validation and Content Validity Index Calculation. *Education in Medicine Journal*, 11(2), 49–54. <https://doi.org/10.21315/eimj2019.11.2.6>