

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
@PKBMBAROKAHLG TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI  
FOLLOWERS**

**(Studi Kasus : Program PAUD Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat Barokah  
Lubuklinggau)**

**SKRIPSI  
Program Studi Sistem Informasi  
Jenjang Sarjana**



**Oleh :  
Mutia Barokahni Adha  
09031382126125**

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2025**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**  
**@pkbmbarokahilg TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS**

Sebagai salah satu syarat untuk penyelesaian studi di  
Program Studi SI Sistem Informasi

Oleh:  
**MUTIA BAROKAHNI ADHA**  
09031382126125

Pembimbing 1 : Ari Wedhasmara, S.Kom., M.T.I  
NIP. 197812112010121002

Pembimbing 2 : Nabila Rizky Oktadini, M.T  
NIP. 199110102018032001

Mengetahui  
Ketua Jurusan Sistem Informasi



Ahmad Rifai, S.T., M.T.  
1979102010121003

## HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 21 Maret

Nama : Mutia Barokahni Adha

NIM : 09031382126125

Judul : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Pkmbbarokahni1g Terhadap Kebutuhan Informasi Followers

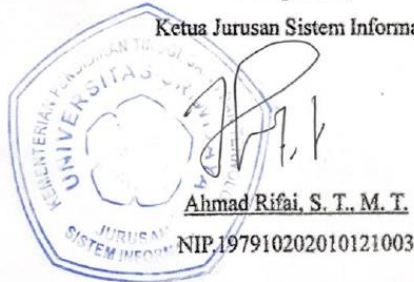
Komisi Penguji:

1. Ketua : Rizka Dhini Kurnia, M.Sc., Ph.D.
2. Penguji : Mira Afrina, S.E, M.Sc., Ph.D
3. Pembimbing 1 : Ari Wedhasmara, S.Kom., M.TI., Ph.D.
4. Pembimbing 2 : Nabila Rizky Oktadini, M.T



Mengetahui,

Ketua Jurusan Sistem Informasi



Ahmad Rifai, S. T. M. T.

NIP.197910202010121003

## HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mutia Barokahni Adha  
NIM : 09031382126125  
Program Studi : Sistem Informasi Bilingual  
Judul : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Pkmbbarokahllg  
Terhadap Kebutuhan Informasi Followers

Hasil Pengecekan *Software iThenticate/Turnitin*: 6%

Menyatakan bahwa laporan tugas akhir saya merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan hasil penjiplakan atau plagiat. Apabila ditemukan unsur penjiplakan atau plagiat dalam laporan tugas akhir 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.



Palembang, 19 April 2025



Mutia Barokahni Adha

NIM.09031382126125

## **HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO**

*“Success is the best revenge for anything.” – Ed Sheeran*

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

- Tuhan Yang Maha Esa
- Orang Tua dan Keluarga
- Diri Sendiri
- Teman Seperjuangan
- Almamater, Universitas Sriwijaya

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis junatkan atas ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @PKBMBAROKAHLG TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS**” ini sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan pada Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besar kepada:

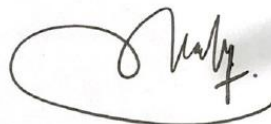
1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan, kekuatan dan kesabaran bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua penulis, Yuhni dan Almh Asmawati atas segala dukungan yang telah diberikan hingga penulis dapat berada pada titik ini, meski raga tak lagi disini, setiap doa yang Almh panjatkan untuk mengiringi setiap langkah penulis yang sampai saat ini menjadi teman perjalanan. Segala yang hal tertuang dalam skripsi ini merupakan bentuk perjuangan mereka untuk membentuk penulis. Terima kasih atas segala kasih sayang, cinta, doa, dan pengorbanan yang telah Ayah dan Ibu berikan kepada penulis.
3. Ketiga saudari penulis yang selalu menyertai langkah dalam setiap perjalanan penulis hingga berada di titik ini, atas segala dukungan yang mereka berikan baik materi maupun immateri.
4. Keluarga Ibu penulis, Tante, Paman, Selviana, Zaki, Hana, dan Fadhil yang selalu memberikan perhatian penuh kepada penulis selama dalam

perantauan hingga penulis dapat menyelesaikan studi ini dengan lancar juga dikarenakan dukungan dari mereka.

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 Ari Wedhasmara, S.Kom., M.T.I., dan Ibu Nabila Rizky Oktadini, M.T., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan, arahan, serta ilmu yang berharga dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Ibu Pidadari S.T., M.Arch., selaku Kepala PKBM Barokah Lubuklinggau yang telah membantu penulis dalam pengumpulan data terkait penelitian dan bersedia menjadi narasumber untuk skripsi ini.
9. Teman satu angkatan serta seseorang yang tidak dapat penulis sebutkan namanya yang memberikan banyak informasi mengenai proses penyelesaian skripsi, serta dukungan dan bantuan yang mereka berikan pada penulis.
10. Azizah dan Fairuz selaku teman satu bimbingan yang telah menemani perjalanan penulisan skripsi ini hingga saat ini.
11. Mulya dan Tiara selaku teman semasa sekolah yang sampai saat ini masih terus membersamai penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini, terima kasih atas segala dukungan yang telah diberikan.
12. Luthfiyah selaku sahabat yang tetap berada disamping penulis sejak kecil hingga dapat menggapai satu persatu mimpi penulis, terima kasih atas segala doa dan dukungan yang diberikan.

13. Teman kecil penulis, Chanico dan Dimas yang selalu hadir dan memberikan dukungan ketika penulis dalam masa sulit dan selalu memberikan masukan.
14. Alifa dan Uwais selaku keponakan yang selalu menjadi alasan penulis untuk tetap menjalani kehidupan dengan penuh ceria, menjadi alasan penulis untuk tetap tegar menghadapi segala situasi, dan selalu menjadi alasan penulis tertawa ketika lelah menjalankan perkuliahan.

Palembang, 19 Maret 2025



Mutia Barokahni Adha  
09031382126125

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
@PKBMBAROKAHNLLG TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI  
FOLLOWERS**

**(Studi Kasus : Program PAUD PKBM Barokah Lubuklinggau)**

Oleh

**Mutia Barokahni Adha**

**09031382126125**

**ABSTRAK**

Penggunaan media sosial sebagai alat promosi semakin banyak digunakan dalam berbagai sektor, termasuk pendidikan. PKBM Barokah Lubuklinggau memanfaatkan Instagram sebagai media penyebaran informasi untuk menarik minat calon peserta didik PAUD. Menurut Data Pokok Pendidikan, jumlah peserta didik pada PAUD Barokah menduduki posisi ke-4 dari 5 PAUD yang berada di Kecamatan Lubuklinggau Barat 1. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi calon orang tua peserta didik. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan Uses and Gratifications, serta menggunakan analisis data dengan Smart-PLS. Setelah data tersebut di analisis dapat hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas informasi yang disajikan dalam Instagram @pkbmbarokahllg memiliki pengaruh yang kuat terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis yang menunjukkan hubungan yang sangat signifikan antara kedua variabel tersebut. Faktor seperti relevansi, daya tarik, dan kemudahan berbagi informasi menjadi aspek penting dalam menarik minat calon peserta didik. Oleh karena itu, optimalisasi strategi konten dan interaksi dengan audiens perlu ditingkatkan agar Instagram menjadi media komunikasi yang lebih efektif dalam promosi pendidikan.

**Kata Kunci:** Media sosial, Instagram, kebutuhan informasi, PAUD, Uses and Gratifications

# **THE INFLUENCE OF USING SOCIAL MEDIA INSTAGRAM @PKBMBAROKAHNLLG ON THE INFORMATION NEEDS OF FOLLOWERS**

**(Case Study: PKBM Barokah Lubuklinggau PAUD Program)**

By

**Mutia Barokahni Adha**

**09031382126125**

## **ABSTRACT**

*The use of social media as a promotional tool is increasingly used in various sectors, including education. PKBM Barokah Lubuklinggau utilizes Instagram as a medium for disseminating information to attract prospective PAUD students. According to the Data Pokok Pendidikan, the number of students at PAUD Barokah is in the 4th position out of 5 PAUDs in West Lubuklinggau District 1. This study aims to analyze the effect of using Instagram social media on meeting the information needs of prospective parents of students. The research method used is quantitative with the Uses and Gratifications approach, and uses data analysis with Smart-PLS. After the data is analyzed, the results show that the quality of information presented on Instagram @pkbmbarokahllg has a strong influence on fulfilling the information needs of followers. This is evidenced by the results of the analysis which shows a very significant relationship between the two variables. Factors such as relevance, attractiveness, and ease of sharing information are important aspects in attracting prospective students. Therefore, the optimization of content strategy and interaction with the audience needs to be improved so that Instagram becomes a more effective communication medium in education promotion..*

**Keywords:** Social media, Instagram, information needs, PAUD, Uses and Gratifications

## DAFTAR ISI

|                                         |      |
|-----------------------------------------|------|
| LEMBAR PENGESAHAN .....                 | ii   |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....                | iii  |
| HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....   | iv   |
| HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....      | v    |
| KATA PENGANTAR .....                    | vi   |
| ABSTRAK.....                            | viii |
| <i>ABSTRACT</i> .....                   | ix   |
| DAFTAR ISI .....                        | x    |
| DAFTAR GAMBAR .....                     | xiii |
| DAFTAR TABEL .....                      | xiv  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                   | xv   |
| BAB I.....                              | 1    |
| PENDAHULUAN.....                        | 1    |
| 1.1    Latar Belakang .....             | 1    |
| 1.2    Rumusan Masalah .....            | 5    |
| 1.3    Tujuan Penelitian.....           | 5    |
| 1.4    Manfaat Penelitian .....         | 5    |
| 1.5    Batasan Masalah .....            | 6    |
| BAB II.....                             | 7    |
| TINJAUAN PUSTAKA .....                  | 7    |
| 2.1    Profil Lembaga .....             | 7    |
| 2.1.1 Sejarah Lembaga .....             | 7    |
| 2.1.2 Visi dan Misi .....               | 9    |
| 2.1.3 Struktur Organisasi.....          | 10   |
| 2.2    Kajian Pustaka .....             | 11   |
| 2.3    Instagram .....                  | 17   |
| 2.4    Kebutuhan Informasi .....        | 19   |
| 2.5 <i>Uses and Gratification</i> ..... | 20   |
| 2.6    Skala Likert.....                | 20   |
| 2.7    G*Power .....                    | 21   |
| 2.8    Smart-PLS.....                   | 22   |
| BAB III .....                           | 23   |

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| METODOLOGI PENELITIAN .....                                              | 23 |
| 3.1 Objek Penelitian.....                                                | 23 |
| 3.2 Tahapan Penelitian .....                                             | 23 |
| 3.3 Populasi dan Sampel.....                                             | 24 |
| 3.4 Identifikasi Masalah.....                                            | 25 |
| 3.5 Merumuskan Hipotesis .....                                           | 25 |
| 3.6 Penyusunan Kuesioner.....                                            | 26 |
| 3.6 <i>Content Validity</i> .....                                        | 28 |
| 3.7 Pilot Test.....                                                      | 29 |
| 3.8 Pengumpulan Data.....                                                | 29 |
| 3.9 Analisis Data.....                                                   | 29 |
| 3.10.1 Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....                  | 29 |
| 3.10.1.1 <i>Reflective Indikator Loadings</i> .....                      | 32 |
| 3.10.1.2 <i>Internal Consistency Reliability</i> .....                   | 32 |
| 3.10.1.3 <i>Convergent Validity</i> .....                                | 33 |
| 3.10.1.4 <i>Discriminant Validity</i> .....                              | 33 |
| 3.10.2 Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....                  | 34 |
| 3.10.2.1 <i>Collinearity (VIF)</i> .....                                 | 34 |
| 3.11 Pengujian Hipotesis .....                                           | 35 |
| BAB IV .....                                                             | 36 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN .....                                               | 36 |
| 4.1 Hasil <i>Content Validity</i> .....                                  | 36 |
| 4.2 Hasil Perhitungan <i>Pilot Test</i> .....                            | 38 |
| 4.2.1 Hasil Uji Reflective Indicator Loadings Pilot Test .....           | 39 |
| 4.2.2 Hasil Uji <i>Internal Consistency Reliability Pilot Test</i> ..... | 40 |
| 4.2.3 Hasil Uji Convergent Validity Pilot Test.....                      | 40 |
| 4.2.4 Hasil Uji Discriminant Validity Pilot Test.....                    | 41 |
| 4.2.5 Kesimpulan Hasil <i>Pilot Test</i> .....                           | 41 |
| 4.3 Pengumpulan Data .....                                               | 42 |
| 4.4 Analisis Data .....                                                  | 42 |
| 4.4.1 Hasil Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....             | 42 |
| 4.4.1.1 Hasil Uji <i>Reflective Indikator Loadings</i> .....             | 44 |
| 4.4.1.2 Hasil Uji Internal Consistency Reliability.....                  | 44 |
| 4.4.1.3 Hasil Uji Convergent Validity.....                               | 45 |

|                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------|----|
| 4.1.1.4 Hasil Uji Discriminant Validity Pilot Test.....       | 45 |
| 4.4.2 Hasil Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) ..... | 45 |
| 4.4.2.1 Hasil Uji <i>Collinearity</i> (VIF).....              | 46 |
| 4.5 Pengujian Hipotesis.....                                  | 46 |
| <b>BAB V</b> .....                                            | 47 |
| <b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....                             | 47 |
| 5.1 Kesimpulan .....                                          | 47 |
| 5.2 Saran .....                                               | 47 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....                                   | 49 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Gambar 2.1</b> Struktur Organisasi PKBM Barokah Lubuklinggau .....                                                        | 10 |
| <b>Gambar 2.2</b> Profil Instagram PKBM Barokah Lubuklinggau .....                                                           | 18 |
| <b>Gambar 3.1</b> Tahapan Penelitian .....                                                                                   | 23 |
| <b>Gambar 3.2</b> Sample Size G*Power.....                                                                                   | 25 |
| <b>Gambar 3.3</b> Hipotesis Penelitian.....                                                                                  | 26 |
| <b>Gambar 4.1</b> Model Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap<br>Kebutuhan Informasi Pengguna Pilot Test ..... | 39 |
| <b>Gambar 4.2</b> Model Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kebutuhan<br>Informasi Pengguna .....                      | 43 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabel 2.1</b> Kajian Pustaka .....                                      | 11 |
| <b>Tabel 3.1</b> Skala Likert .....                                        | 27 |
| <b>Tabel 3.3</b> Daftar Indikator .....                                    | 27 |
| <b>Tabel 3.4</b> Pedoman Uji Model Pengukuran (Outer Model) .....          | 30 |
| <b>Tabel 3.5</b> Pedoman Pengujian Model Struktural (Inner Model) .....    | 34 |
| <b>Tabel 4.1</b> Butir Pertanyaan Content Validity .....                   | 36 |
| <b>Tabel 4.2</b> Hasil Perhitungan Content Validity .....                  | 38 |
| <b>Tabel 4.3</b> Nilai Outer Loading Pilot Test .....                      | 39 |
| <b>Tabel 4.4</b> Nilai Composite Reliability Pilot Test .....              | 40 |
| <b>Tabel 4.5</b> Nilai AVE Pilot Test .....                                | 40 |
| <b>Tabel 4.6</b> Nilai Heterotrait-Monotrait Rasio (HTMT) Pilot Test ..... | 41 |
| <b>Tabel 4.7</b> Nilai Outer Loading .....                                 | 44 |
| <b>Tabel 4.8</b> Nilai Composite Reliability .....                         | 44 |
| <b>Tabel 4.9</b> Nilai AVE .....                                           | 45 |
| <b>Tabel 4.10</b> Nilai Heterotrait-Monotrait Rasio (HTMT) .....           | 45 |
| <b>Tabel 4.11</b> Nilai Collinearity (VIF) .....                           | 46 |
| <b>Tabel 4.12</b> Hasil Uji Hipotesis .....                                | 46 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                                          |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Lampiran 1.</b> Form Wawancara .....                                                  | A-1 |
| <b>Lampiran 2.</b> Form <i>Content Validity</i> Ibu Nabila Rizky Oktadini, M.T .....     | B-1 |
| <b>Lampiran 3.</b> Form <i>Content Validity</i> Ibu Rizka Dhini Kurnia, S.T., M.Sc. .... | C-1 |
| <b>Lampiran 4.</b> Form <i>Content Validity</i> Ibu Pidadari S.T, M.Ars .....            | D-1 |
| <b>Lampiran 5.</b> Form Kuesioner <i>Pilot Test</i> .....                                | E-1 |
| <b>Lampiran 6.</b> Hasil Penyebaran <i>Pilot Test</i> .....                              | F-1 |
| <b>Lampiran 7.</b> <i>Similarity Check</i> .....                                         | E-1 |

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi adalah hal yang tidak dapat oleh dihindari masyarakat dan akan berkembang dengan waktu yang akan terus berjalan (Jordan et al., 2020). Seiring berjalannya waktu telah membawa perkembangan signifikan bagi kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sehingga menghadirkan media sosial (Savira Sanida & Prasetyawati, 2023). Media sosial juga mengalami perkembangan yang sangat beragam dan mudah diakses oleh banyak orang (Priana et al., 2022). Media sosial sangat diminati oleh masyarakat Indonesia, karena memungkinkan mereka untuk dengan mudah berbagi informasi, berkomunikasi, mencari hiburan, serta melakukan berbagai aktivitas lainnya (Mustika et al., 2020). Penggunaan media sosial saat ini sudah semakin meluas, salah satunya adalah penggunaan media sosial Instagram (Amira & Nurhayati, 2019).

Dengan adanya Instagram, masyarakat dapat mencari informasi apapun yang sedang terjadi dengan mudah (Rusdi & Helen, 2019). Instagram sangat populer saat ini karena kemudahan penggunaan dan banyak fiturnya (Wulandari & Salma, 2022). Pada awalnya Instagram hanya digunakan untuk membagikan foto dan video, namun saat ini Instagram bisa dijadikan para pengguna sebagai media untuk membagikan berita atau informasi (Fauziyyah & Rina, 2020). Indonesia menempati peringkat ke 4 pengguna Instagram aktif dengan jumlah 106 juta pengguna, data terbaru menunjukkan bahwa jangkauan *audiens* iklan di Instagram naik sebesar 12,2% selama beberapa tahun terakhir, perlu dicatat juga bahwa jangkauan iklan Instagram di Indonesia pada awal tahun 2024 setara dengan 54,5% pengguna internet lokal (Kepios, 2024).

Saat ini instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana kebutuhan hiburan saja, namun instagram juga merupakan media sosial yang mempunyai peluang besar dalam kegiatan bisnis, tentu saja sebagai alat promosi salah satu tujuan dalam kegiatan promosi ialah memberikan informasi kepada konsumen yang dituju mengenai suatu produk atau jasa, berupa informasi terkait harga, kualitas, syarat, kegunaan produk, keistimewaan dan lain lain (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Promosi merupakan suatu kegiatan penting yang bertujuan untuk memperkenalkan, menginformasikan dan mengingatkan konsumen tentang manfaat suatu produk atau jasa dan bertujuan mendorong mereka membeli dan menggunakan produk yang mereka miliki (Annisa & Wulansari, 2024). Salah satunya, untuk memperkenalkan suatu lembaga pendidikan, hal ini sangat penting, karena berfungsi untuk memperkenalkan layanan yang ditawarkan kepada masyarakat dan pelanggan, memastikan bahwa informasi yang disediakan tetap relevan dan berkembang, meyakinkan bahwa pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pengguna, dan memastikan bahwa keberadaan lembaga dikelola dengan baik dan tidak tertinggal oleh masyarakat umum dan pelanggan potensial (Handoyo, 2020). Penggunaan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi yang informatif, dapat membantu lembaga pendidikan untuk beradaptasi dengan perubahan kebutuhan pasar, menjadikan pendidikan yang ditawarkan lebih relevan dan inovatif (Rofiki et al., 2021).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Ilman & Hadi (2024) mengatakan bahwa kebutuhan informasi merupakan faktor yang dapat meningkatkan minat audiens, dimana pemenuhan kebutuhan informasi, melalui konten yang relevan dan menarik di Instagram, dapat memperkuat keterlibatan dan minat, sehingga penyedia

informasi harus mempertimbangkan, agar kebutuhan informasi audiens dapat mencapai hasil yang optimal. Penelitian yang dilakukan oleh Putra (2019) juga menyatakan bahwa kebutuhan informasi kepada orang tua, sangat mempengaruhi minat mereka dalam memilih suatu lembaga pendidikan, sehingga dapat meningkatkan minat dan kepercayaan orang tua terhadap suatu lembaga pendidikan.

Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Barokah Lubuk Linggau, sebagai lembaga pendidikan non-formal menyediakan program PAUD. Lembaga ini memanfaatkan media sosial Instagram dengan akun @pkbmbarokahllg, sebagai salah satu sarana untuk memperkenalkan program-program pendidikan yang mereka miliki, audiens dari akun ini terdiri dari orang tua, pendidik, dan masyarakat umum. Instagram dipilih karena platform ini memiliki cakupan pengguna yang luas dan beragam, termasuk dikalangan orang tua dalam penyebaran informasi mengenai program PAUD (Elysa et al., 2021). Melalui akun tersebut, PKBM Barokah Lubuk Linggau dapat menyampaikan informasi tentang kegiatan belajar, keunggulan program, serta momen-momen menarik dari aktivitas di PAUD, sehingga dapat menarik perhatian calon orang tua yang mencari lembaga pendidikan berkualitas untuk anak-anak mereka (Wathon, 2021).

Berdasarkan Data Pokok Pendidikan (DAPODIK) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi, jumlah peserta didik pada PAUD Barokah Lubuk Linggau menduduki posisi ke-4 dari 5 PAUD yang ada di Kecamatan Lubuk Linggau Barat 1 (DIRJEN PAUD, 2024). Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti didapatkan bahwa frekuensi postingan mengenai program

PAUD masih cenderung sedikit sehingga informasi mengenai program PAUD mungkin belum banyak diketahui oleh calon orang tua peserta didik (Fauziyyah & Rina, 2020). Program PAUD Barokah Lubuk Linggau perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan Instagram, guna memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya, dalam penyampaian informasi berkualitas, yang relevan bagi calon orang tua siswa. (Qarlina et al., 2023).

Berdasarkan analisis penelitian sebelumnya menyatakan, bahwa teori media *Uses and Gratifications* banyak digunakan untuk penelitian yang berhubungan dengan new media (Anisah et al., 2021). Penggunaan media sosial bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi pengguna, salah satunya adalah, kebutuhan untuk mengetahui produk atau jasa yang mereka perlukan (Sutrisno & Mayangsari, 2021). Lalu menurut penelitian oleh Sundar & Limperos dalam Nabilla et al., (2024), metode *Uses and Gratification* sangat relevan dalam konteks media sosial karena platform tersebut memungkinkan pengguna untuk tidak hanya mendapatkan informasi, tetapi juga berinteraksi dengan konten yang dibagikan. Selain itu juga, penelitian oleh Whiting & Williams, (2013) menunjukkan bahwa pengguna media sosial aktif, mencari informasi produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan pribadi mereka, serta bagaimana konsumen mencari informasi mengenai pendidikan. Penelitian-penelitian ini menjadi alasan peneliti, untuk menggunakan teori *Uses and Gratifications* dalam menganalisis penggunaan media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna, khususnya terhadap calon orang tua peserta didik, yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah peserta didik PAUD PKBM Barokah Lubuk Linggau.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti mengajukan tugas akhir dengan judul **PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @PKBMBAROKAHLG TERHADAP PEMENUHAN INFORMASI FOLLOWERS.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “bagaimana pengaruh penggunaan Media Sosial Instagram @pkbmbarokahllg dalam memenuhi kebutuhan informasi *followers*?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang ada adalah mengetahui signifikansi pengaruh penggunaan media sosial Instagram @pkbmbarokahllg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi calon orang tua peserta didik PAUD Barokah.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat bagi dari penelitian ini dibagi menjadi dua adapun manfaatnya adalah sebagai berikut :

### **a. Manfaat Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur tentang penggunaan media sosial khususnya Instagram, sebagai alat promosi dalam memenuhi kebutuhan informasi calon orang tua peserta didik di bidang PAUD, serta meningkatkan literatur sektor pendidikan di Sumatera Selatan terlebih pada Kota Lubuklinggau.

2. Menambah wawasan tentang bagaimana penggunaan Instagram dalam memenuhi kebutuhan informasi pengguna diterapkan di lembaga pendidikan berbasis komunitas.

**b. Manfaat Praktis**

Memberikan rekomendasi bagi lembaga pendidikan lain tentang cara optimal memanfaatkan Instagram khususnya pada jenjang PAUD guna memahami kebutuhan informasi *followers*, sehingga lembaga dapat menyajikan konten yang menarik, mudah dibagikan serta memiliki manfaat bagi *followers*.

**1.5 Batasan Masalah**

Agar permasalahan yang dibahas dalam penyusunan tugas akhir ini terbatas ruang lingkupnya, maka penulis melakukan pembatasan masalah :

1. Objek penelitian ini diterapkan pada akun instagram @pkbmbarokahllg terutama pada program PAUD yang mereka miliki.
2. Pada penelitian ini, batasan yang disajikan adalah pengaruh penggunaan media sosial terhadap kebutuhan informasi pengguna terhadap program PAUD yang dimiliki PKBM Barokah Lubuk Linggau.
3. Penelitian ini ditujukan untuk seluruh *followers* Instagram @pkbmbarokahllg, orang tua, serta masyarakat yang berinteraksi atau terlibat dengan program PAUD.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amira, N., & Nurhayati, I. K. (2019). Efektivitas Fitur Instagram Sponsored sebagai Media Iklan/Promosi (Studi pada Iklan Tiket.com dengan Metode EPIC Model) 1 Effectiveness of Instagram Sponsored as Advertising/Promotion Media (Study of Tiket.com Advertisement with EPIC Model Method). In *JCommSci-Journal Of Media and Communication Science* (Vol. 116, Issue 2).
- Anisah, N., Sartika, M., & Kurniawan, H. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Pada Mahasiswa.
- Annisa, Z. N., & Wulansari, D. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Di Staffee.Ca Bouquet Sidoarjo. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design : Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches. Third Edition*.
- Diaz, S. M. (2019). *Structural testing criteria for concurrent programs considering loop executions*.
- DIRJEN PAUD, P. D. dan M. (2024). *Data Peserta Didik PAUD Sumatera Selatan, Lubuklinggau Barat 1*.
- Eko Ariwibowo, M. (2019). Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Tinggi Swasta. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 2(2), 181–190. <https://doi.org/10.5281/zenodo.2628082>
- Elysa, O., Cahyani, N., Pancawati, D., & Fitriyani, E. (2021). Analisis Instagram Sebagai Social Media Marketing Di Industri Perhotelan. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 10(1). <http://stp-mataram.e-journal.id/JIH>
- Erdfelder, E., FAul, F., Buchner, A., & Lang, A. G. (2009). Statistical power analyses using G\*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods*, 41(4), 1149–1160. <https://doi.org/10.3758/BRM.41.4.1149>
- Fauziyyah, S. N., & Rina, N. (2020). Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. In *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 2020).
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0, -2/E*.
- Hafiz Hanafiah, M. (2020). Formative Vs. Reflective Measurement Model: Guidelines For Structural Equation Modeling Research. *International Journal of Analysis and Applications*, 18(5), 876–889. <https://doi.org/10.28924/2291-8639>

- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Evaluation of the Structural Model* (pp. 115–138). [https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_6)
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019a). When to use and how to report the results of PLS-SEM. In *European Business Review* (Vol. 31, Issue 1, pp. 2–24). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019b). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Handoyo, M. (2020). Strategi Marketing Sekolah Baru dalam Penjaringan Peserta Didik Baru di Sekolah Dasar Islam AL Zamzam Sukodono. In *Proceedings of The ICECRS* (Vol. 7).
- Ilman, F., & Hadi, S. P. (2024). Implementasi Teori Uses and Gratification pada Instagram Komunitas Parkour Jakarta untuk Memperkuat Kegiatan Promosi. *Al-DYAS*, 3(1), 196–208. <https://doi.org/10.58578/aldyas.v3i1.2538>
- ISC Radboud Universiteit. (2024). *G\*Power 3*.
- Japariato, E. (2018). Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Customer Retention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Ekspedisi Laut Di Surabaya. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.25–32>
- Jordan, Riyadh Putri, & Wirda Yulita. (2020). Strategi Pengelolaan Facebook ANTVLovers Dalam Membangun Audience Engagement. *Inter Script: Journal of Creative Communication* |, 2(1), 30–50.
- Kang, H. (2021). Sample Size Determination And Power Analysis Using The G\*Power Software. In *Journal Of Educational Evaluation For Health Professions* (Vol. 18). Korea Health Personnel Licensing Examination Institute. <https://doi.org/10.3352/JEEHP.2021.18.17>
- Kepios. (2024). *Global Social Media Statistics*. DATAREPORTAL.
- Kurniawati, D., & Arifin, N. (2019). *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dan Minat Beli Mahasiswa*.
- Kurniawati, D., & Judisseno, R. K. (2020). Penggunaan Skala Likert Untuk Menganalisa Efektivitas Registrasi Stakeholder Meeting: Exhibition Industry 2020.
- Mustika, D., Djafar, R. H., & Putri, Y. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers Influence Of Social Media @Visitbogor's Instagram Utilization To Fulfillment The Followers Needs Of Information.

- Nabilla, V. Z., Setiawan, A., & Sunarya, Y. D. R. (2024). Musyawarah: Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Jabarsaberhoaks Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Publik Dalam Memverifikasi Berita Hoaks (Vol. 2, Issue 1). <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/musyawahar/>
- PKBM Barokah. (2020). *Profil PKBM Barokah Lubuklinggau*.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Priana, A., Wijaya Sutjipto, V., & Arina Romli, N. (2022). Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram @riliv dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers AYU PRIANA, VERA WIJAYANTI SUTJIPTO & NADA ARINA ROMLI.
- Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2021). Analisis Data Penelitian Marketing: Perbandingan Hasil. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4). <https://doi.org/10.7777/jiemar>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). In *Jurnal Common* | (Vol. 3).
- Putra, R. Ramadhan. (2019). *Perilaku Penemuan Informasi Di Kalangan Orang Tua Tentang Pemilihan Jurusan Perguruan Tinggi Untuk Anak Di Surabaya*.
- Qarlina, C. D., Purwanto, & Fitri Wulandari. (2023). Pengaruh Media Sosial Sebagai Alat Promosi Terhadap Minat Peserta Didik di SMA Batik Surakarta. *Technomedia Journal*, 8(1SP), 82–91. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i1sp.2054>
- Rofiki, M., Sholeh, L., & Akbar, A. R. (2021). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah Menengah Atas di Era New Normal. *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 3(6), 4057–4065. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1327>
- Rusdi, F., & Helen. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. <https://www.instagram.com/jktinfo/>
- Santoso, H., Akbar, Z., & Sains dan Teknologi, F. (2022). Analisis Sistem Informasi Keberhasilan Website Siap PPDB Online Dinas Pendidikan Provinsi Jambi Dengan Metode Delone And Mclean. 1(2), 70–82. <https://doi.org/10.53978/jfsa.v2i1>
- Sarstedt, M., & Cheah, J.-H. (2019). Partial least squares structural equation modeling using SmartPLS: a software review. *Journal of Marketing Analytics*.

- Savira Sanida, D., & Prasetyawati, H. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @infobekasi.coo Terhadap Followers Dalam Mendapatkan Kebutuhan Informasi. *Inter Script: Journal of Creative Communication* |, V(1), 1–17. <https://instagram.com/infobekasi.coo>
- Sayyida, S. (2023). Structural Equation Modeling (Sem) Dengan Smartpls Dalam Menyelesaikan Permasalahan Di Bidang Ekonomi. *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, 4(1), 6–13.
- Setyawan, R. A., & Walter, F. (2018). Pengukuran Usability Website E-Commerce Sambal Nyoss Menggunakan Metode Skala Likert. In *Atapukan* (Vol. 54, Issue 1).
- Sriningsih, M., Hatidja, D., & Prang, J. D. (2018). *PENANGANAN MULTIKOLINEARITAS DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS REGRESI KOMPONEN UTAMA PADA KASUS IMPOR BERAS DI PROVINSI SULUT*.
- Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and Grats 2.0: New Gratification for New Media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 636–658.
- Suryadi, T., Alfiya, F., Yusuf, M., Indah, R., Hidayat, T., & Kulsum, K. (2023). Content Validity For The Research Instrument Regarding Teaching Methods Of The Basic Principles Of Bioethics. *Jurnal Pendidikan Kedokteran Indonesia: The Indonesian Journal of Medical Education*, 12(2), 186. <https://doi.org/10.22146/jpki.77062>
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common* |, 5. <https://doi.org/10.34010/common>
- Svetkey, L. P., Bennett, G. G., Reese, B., Corsino, L., Pinheiro, S. O., Fischer, J. E., Seidenstein, J., Olsen, M. K., Brown, T., Ezem, N., Liu, E., Majors, A., Steinhauer, K. E., Sullivan, B. H., van Ryn, M., Wilson, S. M., Yang, H., & Johnson, K. S. (2024). Design and pilot test of an implicit bias mitigation curriculum for clinicians. *Frontiers in Medicine*, 11. <https://doi.org/10.3389/fmed.2024.1316475>
- Syafitri, A., Anggraini, D. P., Parinduri, W. M., Rambe, T. R., & Rambe, N. (2023). ANALISIS VALIDITAS ISI PADA INSTRUMEN PENILAIAN AKHIR SEMESTER MATA PELAJARAN IPAS DI SD. *SCHOOL EDUCATION JOURNAL PGSD FIP UNIMED*, 13(4), 344. <https://doi.org/10.24114/sejpgsd.v13i4.54309>
- Umar, J., & Faella Nisa, Y. (2020). Uji Validitas Konstruk dengan CFA dan Pelaporannya. *Jurnal Pengukuran Psikologi Dan Pendidikan Indonesia*, 9(2), 1–11. <https://doi.org/10.15408/jp3i.v9i2.XXXXX>
- Wathon, A. (2021). *Penerapan Manajemen Pemasaran Lembaga Raudhatul Athfal Di Masa Pandemi Covid 19*.

- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362–369. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>
- Wulandari, A., & Salma, A. N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 5(2), 242–246. <https://doi.org/10.31539/kaganga.v5i2.4321>
- Zulfa, I. M., & Handayani, W. (2020). Patients Compliance with Oral Antibiotics Treatments at Community Health Centers in Surabaya: A 20-KAO Questionnaire Development. *Borneo Journal of Pharmacy*, 3(4), 262–269. <https://doi.org/10.33084/bjop.v3i4.1660>
- Zuwairi, M., Saad, M., Hasren Yusuf, M., Pengajian, P., Multimedia, T., & Komunikasi, D. (2019). Cultural Adaptation: The Impact of Social Media Toward Uses and Gratification Adaptasi Budaya: Kesan Media Sosial Ke Atas Kegunaan dan Kepuasan. *JOURNAL OF TECHNO SOCIAL*, 11(1), 46–53. <https://doi.org/10.30880/jts.2018.11.01.006>