



EFEKTIFITAS KONTEN INSTAGRAM DEPOK24JAM TERHADAP PEMENUHAN INFORMASI GEN Z

I Gede Nengah Dennis Dwi Utama ¹, Fahmi Anwar ²

Program Studi S-1 Ilmu Komunikasi, STIKOM Interstudi

Jl. Wijaya II No 62 Jakarta 12160

Dennisdwiutama59@gmail.com , Fahmi.anwar@gmail.com

Abstract (English)

The development of communication systems today has made it easier for humans to connect and communicate not only in audio form but also in audiovisual form. However, over time, mass communication has also increased along with other forms of communication, namely online mass communication. Online media refers to new forms of media that deliver information differently from conventional media such as print and electronic media. One of the online mass media is social media. Social media is an internet-based medium that allows users to represent themselves, collaborate, share, communicate with other users, and create virtual social links. The @depok24jam account usually always provides news information about the Depok city area, therefore the @depok24jam account makes it easier for its followers to understand the contents of each upload. This research aims to determine the effectiveness of Depok24jam Instagram content in fulfilling Gen Z information. This research aims to determine the effectiveness of depok24jam Instagram content in meeting the information needs of Gen Z. The research was conducted using a positivistic paradigm with a quantitative research approach through a survey method. Probability and purposive sampling techniques were used for sample selection. The research results showed a positive and significant influence indicating that variable X (Instagram content) has an influence on variable Y (information fulfillment). Supporting factors for the current research results are influenced by the dimension of content that is easily understood and has distinctive characteristics (Variable X) with measurement indicators such as information about the city of Depok posted on Instagram @depok24jam, which is clearly understandable by respondents, and the @depok24jam account only contains information related to events in the vicinity of the city of Depok.

Article History

Submitted: 15 Mei 2024

Accepted: 22 Mei 2024

Published: 23 Mei 2024

Key Words

Communication, Social Media, Information Needs, Instagram

Abstrak (Indonesia)

Perkembangan sistem komunikasi saat ini telah memudahkan manusia untuk terhubung dan berkomunikasi tidak hanya dalam bentuk audio tetapi juga dalam bentuk audiovisual. Namun seiring berjalannya waktu, komunikasi massa juga meningkat seiring dengan jenis komunikasi lainnya yaitu komunikasi massa online. Media online merujuk pada bentuk media baru yang menghantarkan informasi dengan cara yang berbeda dari media konvensional seperti media cetak dan media elektronik. Salah satu dari media massa online adalah media sosial. Media sosial adalah media Internet yang memungkinkan pengguna untuk mewakili diri mereka sendiri, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membuat tautan sosial virtual. Akun @depok24jam biasanya selalu memberikan informasi berita seputaran daerah kota Depok, oleh karena itu akun @depok24jam memudahkan pengikutnya untuk memahami isi dari setiap unggahan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas konten Instagram depok24jam terhadap pemenuhan informasi Gen Z. Penelitian dilakukan menggunakan paradigma positivistik pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Teknik probability dan purposive sampling sebagai teknik dalam pengambilan sampelnya. Hasil penelitian didapatkan pengaruh yang positif dan signifikan yang menunjukkan variabel X (konten instagram) terhadap variabel Y (pemenuhan informasi). Faktor menunjang dari perolehan

Sejarah Artikel

Submitted: 15 Mei 2024

Accepted: 22 Mei 2024

Published: 23 Mei 2024

Kata Kunci

Komunikasi, Media Sosial, Kebutuhan Informasi, Instagram





hasil penelitian saat ini dipengaruhi dengan dimensi konten yang mudah dipahami dan terdapat ciri khas konten (Variabel X) dengan indikator pengukuran berupa: informasi seputar kota Depok yang di posting di Instagram @depok24jam dapat di terima dengan jelas sehingga mudah dipahami oleh responden dan akun @depok24jam hanya berisikan terkait informasi yang terjadi di seputaran kota Depok.

Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini telah membawa banyak manfaat dan perubahan sosialisasi yang besar. Perkembangan teknologi dari waktu ke waktu mengalami kemajuan yang sangat pesat. Terutama teknologi elektronik mencakup banyak hal dan banyak kategori, salah satunya ponsel (Nugroho, 2016). Rogers (1997:38) menjelaskan kemajuan teknologi yang pesat saat ini, terutama yang berkaitan dengan internet, telah menyebabkan banyak perkembangan dalam sistem komunikasi manusia. Perkembangan teknologi yang pesat dapat mempengaruhi seluruh aspek kehidupan manusia. Perkembangan sistem komunikasi saat ini telah memudahkan manusia untuk terhubung dan berkomunikasi tidak hanya dalam bentuk audio tetapi juga dalam bentuk audiovisual. Namun seiring berjalannya waktu, komunikasi massa juga meningkat seiring dengan jenis komunikasi lainnya yaitu komunikasi massa online.

Media massa online pada dasarnya bekerja seperti dua jenis media massa lainnya, keduanya sama-sama bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada publik. Media online merujuk pada bentuk media baru yang menghantarkan informasi dengan cara yang berbeda dari media konvensional seperti media cetak dan media elektronik. Media online memerlukan perangkat berbasis komputer dan akses internet untuk mengakses dan menerima informasi. Kehadiran internet yang memiliki sifat tanpa batas memungkinkan para pengguna internet untuk bermedia secara

bebas. Istilah "media online" sering kali merujuk pada situs berita atau praktek jurnalistik dalam bentuk tulisan yang dipublikasikan melalui internet (Hadi, n.d.). salah satu dari media massa online adalah media sosial.

Media sosial adalah media Internet yang memungkinkan pengguna untuk mewakili diri mereka sendiri, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membuat tautan sosial virtual. Media massa pada dasarnya dibagi menjadi dua kategori: cetak dan elektronik (Adli, 2021). Media sosial adalah evolusi dari website yang memanfaatkan internet, yang memungkinkan kita untuk berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, dan menjalin hubungan secara online. Melalui media sosial, kita dapat dengan mudah membagikan konten kita kepada banyak orang menurut Zarella, 2010 dalam penelitian (Rizky & Putri, 2023).

Menurut Aprilia dalam (Feroza & Misnawati, 2020) Instagram adalah alat yang menjanjikan untuk berbagai akun, seperti akun informasi, berita, hiburan, kesehatan, toko online dan acara promosi. Penggunaan Instagram juga bisa sebagai media promosi pemasaran online yang merupakan realita saat ini.

Akun @depok24jam biasanya selalu memberikan informasi berita seputaran daerah kota Depok, oleh karena itu akun @depok24jam memudahkan pengikutnya untuk memahami isi dari setiap unggahan. Akun Instagram @depok24jam sudah diikuti





oleh 453 ribu pengikut dan sudah mengunggah sebanyak 19 ribu unggahan.

Dengan pengikut yang tidak sedikit maka tingkat kepercayaan pengikutnya semakin terpercaya dibandingkan akun lainnya. Akun @depok24jam sendiri tidak hanya mencari informasi dari media online lainnya, melainkan akun @depok24jam mendapatkan informasi dari para pengikutnya dengan cara menerima pesan dari fitur Instagram berupa direct message (DM) dan juga merepost bagi pengikutnya yang mention terhadap akun Instagram @depok24jam.

Perbedaan generasi dalam lingkungan kerja menjadi salah satu subjek yang selalu muncul dalam perkembangan manajemen sumber daya manusia, dan konsep perbedaan generasi terus berkembang dari waktu ke waktu (Putra Surya, 2016).

Menurut Kupperschmidt dalam (Putra Surya, 2016) yang menyatakan bahwa generasi adalah sekelompok individu yang mendefinisikan kelompoknya berdasarkan kesamaan tahun kelahiran, umur, lokasi dan peristiwa kehidupan dari kelompok individu tersebut, secara signifikan mempengaruhi tahap pertumbuhan mereka.

Generasi Z merupakan generasi yang hidup di era globalisasi yang sarat dengan informasi, pengetahuan, dan teknologi yang semakin maju, serta sulit dipertahankan oleh generasi sebelumnya (Basuki, 2020). 33% Gen Z menghabiskan lebih dari 6 jam sehari di ponsel dan menggunakan media sosial lebih sering dari pada perintis. Bahkan, survei menunjukkan bahwa Gen Z di Indonesia memiliki penggunaan ponsel tertinggi dengan 8,5 jam per hari (Sakitri, 2021).

Informasi merupakan konsep yang tidak berwujud yang dapat digunakan untuk mencapai hasil yang baik atau sebaliknya,

informasi juga bisa mempercepat atau memperlambat proses pengambilan keputusan.

Berdasarkan uraian di atas mengenai latar belakang serta pembahasan yang di atas, maka perumusan masalahnya adalah “bagaimana efektifitas konten Instagram depok24jam terhadap pemenuhan informasi Gen Z”. Tujuannya adalah mengetahui “efektifitas konten Instagram depok24jam terhadap pemenuhan informasi Gen Z”.

Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

- Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, terutama mengenai media sosial khususnya Instagram yang berperan sebagai pemenuhan informasi.
- Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi penelitian serupa di waktu yang akan datang, terutama mengenai efektifitas konten Instagram terhadap pemenuhan informasi.

2. Manfaat Praktis

- Bagi pengelola akun Instagram depok24jam sebagai masukan guna mengelola konten dan mengetahui minat isi konten followers-nya.
- Bagi masyarakat sebagai pemberian informasi tentang kemudahan Instagram guna memenuhi dan mencari informasi yang dibutuhkan.

Tinjauan Literatur

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan perbandingan yang bersumber dari berbagai buku yang dijadikan referensi seperti jurnal, buku yang memungkinkan penelitian ini memiliki sedikit kemiripan isi dengan referensi yang ada. Untuk beberapa





penelitian yang sudah ada sebelumnya dan dijadikan referensi dalam penelitian ini:

Penelitian I - jurnal yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @infobekasi.coo Terhadap Followers Dalam Mendapatkan Kebutuhan Informasi” yang disusun oleh Deivta Savira Sanida 2023 Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi. Penelitian saat ini menggunakan metode Kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial Instagram @Infobekasi.com terhadap pemenuhan followers dalam mendapatkan kebutuhan informasi. Media Sosial Instagram Menggunakan hasil variabel pencarian menghasilkan hasil positif yang kuat sebesar 79,9% dari kebutuhan informasi pelanggan (Sanida & Prasetyawati, 2023).

Penelitian II - jurnal yang berjudul “Efektifitas Penggunaan Media Sosial Instagram @Infopku_ Sebagai Media Informasi Online Kota Pekanbaru” yang disusun oleh Anisa Winanda Lidara 2022 pada fakultas Dakwah dan Komunikasi. Penelitian saat ini menggunakan metode Kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat keefektifan pengguna media sosial Instagram @Infopku_ sebagai media informasi online Kota Pekanbaru. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengumpulan data yang diukur dengan enam indikator yaitu penerima pesan (receiver) sebesar 85%, isi pesan (content) sebesar 90.12%, indikator media sebesar 90%, format pesan sebesar 85.8%, sumber pesan (source) sebesar 82.9% dan pada indikator ketepatan waktu (timing) sebesar 88.1% (Lidara, 2022).

Penelitian III – jurnal yang berjudul “Efektifitas Penggunaan Akun Instagram @Soalpalu Terhadap Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Palu” yang disusun oleh Dhea Rizka Ramadhana 2021 Universitas Telkom, Bandung. Penelitian saat ini menggunakan metode Kuantitatif Deskriptif

yang bertujuan untuk menjelaskan seberapa efektif penggunaan akun Instagram @Soalpalu terhadap kebutuhan informasi masyarakat kota palu. Penelitian ini menyimpulkan adanya efektifitas akun @Soalpalu sebesar 65,4% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Kota Palu (Ramadhana & Malau, 2021).

Dalam penelitian ini memiliki perbedaan dari ke tiga penelitian diatas yaitu dengan mengambil konten populasi Gen Z di kota Depok.

Media Baru, Sumber Informasi Tidak Terbatas

Dengan adanya media baru, seperti new media, pola komunikasi masyarakat mengalami perubahan. Salah satu bentuk media baru adalah internet, yang sangat berpengaruh pada cara individu berkomunikasi satu sama lain. Internet hadir untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Internet menjadi jaringan global yang memungkinkan komunikasi dari satu lokasi ke lokasi lainnya, serta menjadi sumber informasi yang tidak terbatas (Yutanti, 2022).

Media baru merupakan kemajuan teknologi komunikasi massa digital yang memungkinkan seseorang untuk berinteraksi secara virtual tanpa perlu bertemu langsung, dengan menggunakan internet sebagai bantuan. Menurut (McQuail, 2011) media baru juga merujuk pada berbagai perangkat teknologi komunikasi yang memfasilitasi digitalisasi dan mencakup penggunaan yang luas untuk tujuan komunikasi pribadi.

Media Sosial Bentuk Komunikasi Baru

Media sosial menurut Utari dalam (Febbyana, 2018) adalah media online di mana penggunaanya dapat dengan mudah bergabung. Bergabung dalam artian ini memudahkan seseorang untuk berbagi suatu





informasi, dengan membuat konten dapat dengan mudah untuk disampaikan kepada orang lain, mengomentari komentar yang diterimanya, dan sebagainya. Semuanya dilakukan dengan cepat dan tanpa Batasan.

Seiring kemajuan teknologi internet dan ponsel, media sosial juga berkembang pesat. Sekarang misalnya, mengakses Instagram bisa dilakukan di mana saja dan kapan saja, hanya dengan menggunakan ponsel. Kecepatan orang untuk mengakses media sosial telah menyebabkan fenomena besar dalam arus informasi di seluruh dunia. Karena pesatnya media sosial juga mulai bermunculan menggantikan peran media massa konvensional dalam menyebarkan suatu berita.

Dengan melalui media sosial, dapat dilakukan berbagai aktivitas interaktif dalam berbagai bentuk pertukaran informasi, kolaborasi, dan interaksi sosial, baik dalam bentuk tulisan, visual, maupun audiovisual. Media sosial awalnya muncul dari tiga hal, yaitu berbagi (*sharing*), berkolaborasi (*collaborating*), dan terhubung (*connecting*) (Puntoadi, 2011).

Instagram, Platform Kekinian

Instagram atau yang biasa dikenal dengan IG adalah salah satu jenis media sosial berupa aplikasi yang digunakan pengguna untuk berbagi foto dan video serta dapat menerapkan filter pada foto dan video. Instagram berasal dari dua kata yaitu “insta” dan “gram”. Kata “insta” berasal dari kata instan, yang berarti pengguna aplikasi ini dapat berbagi foto dan video secara instan. Sementara “gram” berasal dari kata telegram, artinya pengguna aplikasi ini dapat berbagi foto dan video dengan cepat (Maulida, n.d.).

Menurut Kingsnorth (2016) dalam merumuskan indikator konten Instagram, terdapat tujuh aspek yang perlu diperhatikan (Chyntia & Rahmadanita, 2021).

1. Kredibilitas yang tercermin melalui profil yang jelas dan informatif.
2. Konten harus mudah dipahami kepada orang lain melalui fitur-fitur yang disediakan oleh platform Instagram.
3. Konten harus berguna dan menyenangkan bagi target audiens yang dituju.
4. Konten juga perlu memiliki daya tarik yang mampu menarik perhatian pengguna Instagram.
5. Konten harus memiliki keterkaitan dengan audiens yang dituju agar relevan dan dapat membangun hubungan yang baik.
6. Konten yang menampilkan sesuatu yang berbeda atau unik juga dapat meningkatkan minat dan partisipasi pengguna.
7. Terdapat ciri khas yang melekat dalam konten, sehingga dapat memperkuat identitas konten dan membangun kesan yang kuat pada pengguna Instagram.

Kebutuhan Informasi

Kebutuhan informasi terjadi ketika seseorang merasa bahwa ada kesenjangan antara pengetahuannya dengan masalah yang sedang dihadapinya. Hal ini membuat orang merasa penting untuk mencari informasi yang belum diketahuinya (Najiyuddin, 2017).

Menurut *Buckland* bahwa informasi bisa didefinisikan sebagai segala bentuk pengetahuan yang direkam. Dalam hal ini, informasi dapat ditemukan dalam berbagai bentuk media, baik cetak maupun noncetak (Febriyanti, 2019).





Menurut Guha (Anugrahwisea & Rina, 2019) terdapat 4 kebutuhan informasi beberapa jenis :

1. *Current need approach*, merupakan strategi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan *audiens* yang selalu mencari hal-hal baru sebagai pengguna jaringan informasi. Dalam strategi ini, interaksi dengan *audiens* sangat penting karena *audiens* berperan penting dalam sistem informasi yang memberikan berbagai cara untuk dapat meningkatkan pengetahuan. Diperlukan ketertiban dalam mengakses informasi bagi *audiens* sebagai pengguna dan dalam sistem informasi itu sendiri.
2. *Everyday need approach*, merupakan strategi yang menekankan pada kebutuhan sehari-hari *audiens* sebagai pengguna yang memerlukan informasi dengan *detail* dan cepat. Dalam strategi ini, *audiens* membutuhkan informasi yang relevan dengan kebutuhan mereka.
3. *Exhaustic need approach*, merupakan strategi yang berfokus pada kebutuhan pengguna untuk mendapatkan informasi secara mendalam dengan sifat yang terkait erat dengan informasi yang dibutuhkan. Strategi ini dapat menghasilkan informasi yang lengkap, *detail*, dan relevan untuk memenuhi kebutuhan pengguna secara menyeluruh.
4. *Catching-up need approach*, merupakan strategi yang bertujuan untuk menyajikan informasi secara singkat namun lengkap, sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dalam strategi ini, pengguna memiliki kebutuhan untuk mengejar informasi

yang terbaru dan relevan, sehingga informasi yang disajikan harus mudah dipahami dan diakses.

Hipotesis

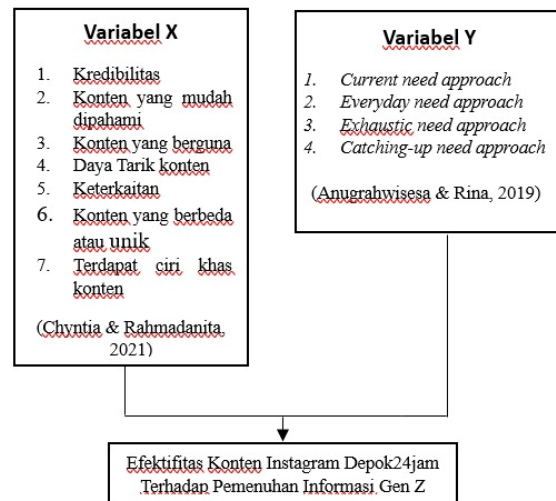
Dengan mengacu pada sumber-sumber literatur dan penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

Ho : Tidak terdapat efektivitas konten Instagram depok24jam terhadap pemenuhan informasi Gen Z.

Ha : Terdapat efektivitas konten Instagram depok24jam terhadap pemenuhan informasi Gen Z.

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan pondasi dari sebuah penelitian yang disusun berdasarkan fakta, pengamatan, dan studi Pustaka.



Metodologi

Penelitian ini, menggunakan paradigma positivistik. Risyantoro (2007) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan serta menjelaskan suatu permasalahan agar dapat diterapkan secara umum.





Metode penelitian yang akan saya gunakan adalah metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik. Paradigma tersebut bertujuan melihat suatu objek atau fenomena secara objektif dan fokus pada pengalaman dan keinginan yang bebas. Pengalaman dianggap sebagai data yang didapatkan melalui indera dan dapat dibuktikan kebenarannya. Namun, apabila data tersebut tidak bisa dirasakan oleh indera, maka kesimpulan bukanlah fakta dapat ditarik (Poespowardojo et al., 2015).

Menurut Sugiyono (2013:6), penelitian eksplanatif merupakan suatu jenis penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan posisi variabel-variabel yang sedang diteliti dan hubungan antara variabel tersebut melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan. Untuk pendekatan kuantitatif dijelaskan oleh Arikunto (2013:12) bahwa pendekatannya menggunakan kuantifikasi karena menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, sampai interpretasi data, serta bentuk hasil.

Populasi

Menurut pandangan Cooper dan Emory (1997), populasi merupakan kumpulan seluruh elemen yang dapat digunakan untuk membuat suatu kesimpulan. Menurut Kuncoro (2003), populasi merujuk pada kelompok lengkap elemen yang umumnya terdiri dari manusia, objek, transaksi, atau kejadian tertentu yang menarik perhatian untuk dipelajari atau menjadi objek penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah warga kota Depok Gen Z dengan jumlah 501,837 jiwa (BPS, 2020).

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik probability dengan metode purposive sampling. yang dilakukan dengan

pengambilan sampel Gen Z. Peneliti memiliki karakteristik yang dibutuhkan. Adapun yang menjadi kriteria Gen Z menurut Codrington dalam (Ulfa, 2018).

1. Laki-laki atau Perempuan
2. Berusia 10 – 24 tahun
3. *Followers* Instagram Kota Depok

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus slovin untuk menghitung jumlah sampel yang diperlukan, dengan mempertimbangkan jumlah populasi yang menjadi objek penelitian. Peneliti memilih rumus slovin karena metode ini dianggap tepat untuk menghitung sampel yang representatif.

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel (*sampling error*) biasanya 10%

$$n = \frac{501,837}{1 + 501,837(0,1)^2} = \frac{501,837}{5,019,37} = 99,9$$

Berdasarkan perhitungan data diatas di dapatkan hasil sebesar 99,9 maka dibulatkan menjadi 100 sampel.

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

Ei = Persentase kelonggaran ketelitian

kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; ei= 0,1

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang dijadikan sebagai instrumen untuk mengumpulkan data dari sampel responden. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data tertulis dari responden yang telah dipilih sebagai sampel (Sugiyono & Lestari, 2021). Dalam penelitian ini,





digunakan kuesioner tertutup yang menyediakan pilihan jawaban, sehingga memudahkan responden untuk memberikan jawaban yang sesuai dengan pengalaman yang mereka alami.

Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, skala Likert digunakan sebagai alat pengukuran data. Dengan menggunakan skala Likert pada variabel yang telah diukur, informasi dapat dianalisis menjadi indikator-indikator yang dapat diukur (Sugiyono & Lestari, 2021). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner tertutup dengan skala yang terdiri dari lima pilihan jawaban, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Ragu-ragu (RR), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS) untuk menyesuaikan dengan responden.

Uji Analisis Data

Langkah analisis data merupakan tahapan dalam penelitian yang dilakukan setelah data yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah yang sedang diteliti sudah terkumpul secara lengkap (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini, metode analisis regresi linear sederhana digunakan untuk memeriksa hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah X, yang meliputi penggunaan media sosial Instagram, dan variabel dependennya adalah Y, yaitu kebutuhan informasi.

Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana instrumen pengukur dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen pengukur dapat berupa kuesioner atau tes yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Dalam penelitian ini, untuk menilai validitas kuesioner, peneliti akan melakukan uji

validitas konstruk dengan memeriksa korelasi antara jawaban dari setiap responden terhadap setiap item kuesioner. Tujuan dari uji validitas ini adalah untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan benar-benar dapat mengukur konsep yang ingin diteliti secara akurat dan valid.

Menurut Noor dalam (Oktavia & Widiastanty, 2022). menjelaskan bahwa uji validitas digunakan untuk mengevaluasi kecocokan antara pernyataan atau pertanyaan pada angket atau kuesioner dengan variabel yang ingin digambarkan. Dalam menyusun pertanyaan, peneliti harus memastikan bahwa pertanyaan tersebut mendukung kelompok variabel yang diteliti. Setiap pertanyaan kemudian diuji validitasnya dengan membandingkan hasil korelasi dengan nilai tabel $r_{|df = n - k}$ pada tingkat kesalahan 5%. Jika nilai korelasi r hitung lebih besar dari nilai r tabel, maka pertanyaan tersebut dianggap valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi alat ukur dalam penggunaannya. Artinya, alat tersebut dapat memberikan hasil yang konsisten dan dapat diprediksi dengan baik di berbagai situasi yang berbeda dan dapat digunakan secara umum (Sugiyono & Lestari, 2021).

Peneliti dalam penelitian ini untuk melakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan menggunakan metode Cronbach Alpha. Metode ini digunakan untuk mengukur reliabilitas kuesioner dan menentukan sejauh mana konsistensi antar butir pertanyaan pada kuesioner tersebut. Kuesioner dikatakan memiliki reliabilitas yang baik apabila nilai Cronbach Alpha yang diperoleh lebih besar dari pada nilai r tabel. Dalam melakukan uji reliabilitas terdapat beberapa tahapan yang perlu dilakukan menggunakan program SPSS (E, 2011).



Menurut Noorada dalam (Oktavia & Widiastanty, 2022) terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melakukan uji reliabilitas. Tujuan dari ini adalah untuk mengevaluasi stabilitas dan konsistensi alat ukur dalam kuesioner yang diisi oleh responden, dimana kuesioner tersebut berisi pernyataan atau pertanyaan untuk mengukur konstruk dalam dimensi variabel tertentu. Kedua, uji reliabilitas dilakukan pada seluruh pertanyaan secara bersamaan. Jika nilai alpha yang diperoleh lebih besar dari 0,60, maka kuesioner dapat dianggap reliabel. Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Cronbach Alpha yang khusus.

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2} \right]$$

Keterangan :

r_{ii} = Reliabilitas Intrumen

K = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = Jumlah butir pertanyaan

σ^2 = Varian total

Hasil dan pembahasan

Untuk menilai apakah instrumen pengukuran yang digunakan memenuhi standar pengukuran yang baik dan menghasilkan informasi sesuai dengan apa yang diukur, langkah pertama sebelum menganalisis data yang dikumpulkan adalah menguji keabsahan dan keandalan instrumen tersebut. Dalam konteks ini, evaluasi dilakukan untuk memeriksa apakah setiap pernyataan dalam instrumen secara tepat mengukur variabel yang dimaksud. Uji keabsahan melibatkan korelasi antara nilai dari setiap pernyataan dengan total nilai dari semua elemen dalam instrumen.

Variabel konten Instagram (X)

ITEM	R TABEL	R HITUNG	KETERANGAN
X1	0.196	0.795	VALID
X2	0.196	0.823	VALID

X3	0.196	0.823	VALID
X4	0.196	0.931	VALID
X5	0.196	0.908	VALID
X6	0.196	0.589	VALID
X7	0.196	0.836	VALID
X8	0.196	0.855	VALID
X9	0.196	0.711	VALID
X10	0.196	0.873	VALID
X11	0.196	0.755	VALID
X12	0.196	0.669	VALID
X13	0.196	0.931	VALID
X14	0.196	0.908	VALID

Instrument soal dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05. Dari uji coba diatas didapat r_{tabel} adalah 0,196 dan hasil dari r_{hitung} diatas menunjukkan besaran masing – masing r_{hitung} lebih besar dari 0,196 dan seluruh signifikansi < 0,05 artinya seluruh instrumen kuesioner pada variabel konten instagram ini dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

Variabel pemenuhan informasi (Y)

ITEM	R TABEL	R HITUNG	KETERANGAN
Y1	0.196	0.866	VALID
Y2	0.196	0.829	VALID
Y3	0.196	0.834	VALID
Y4	0.196	0.743	VALID
Y5	0.196	0.918	VALID
Y6	0.196	0.781	VALID
Y7	0.196	0.829	VALID
Y8	0.196	0.834	VALID

Instrument soal dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05. Dari uji coba diatas didapat r_{tabel} adalah 0,196 dan hasil dari r_{hitung} diatas menunjukkan besaran masing – masing r_{hitung} lebih besar dari 0,196 dan seluruh signifikansi < 0,05 artinya seluruh instrumen kuesioner pada variabel pemenuhan informasi (y) ini





dinyatakan valid sehingga dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

Reliabilitas diuji pada pernyataan-pernyataan yang telah terverifikasi sebagai valid. Proses pengujian reliabilitas melibatkan satu kali penggunaan instrumen, diikuti oleh analisis menggunakan metode alpha Cronbach. Keandalan suatu kuesioner dianggap memadai jika koefisien reliabilitasnya positif dan melebihi nilai 0,6. Hasil dari pengujian reliabilitas dihitung menggunakan rumus alpha Cronbach, seperti yang dijelaskan di bawah ini:

Hasil uji reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kontrn Instagram	0,962	0,6	Reliabel
Pemenuhan informasi	0,934	0,6	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas nilai *cronbach's alpha* untuk konten instagram sebesar 0.962 lebih besar dibanding 0,6 maka dapat dikatakan seluruh variabel x dinyatakan reliable. Untuk pemenuhan iformasi sebesar 0.934 lebih besar dibanding 0,6 maka dapat dikatakan seluruh variabel y dinyatakan reliabel. Hal tersebut berarti bahwa instrument konten instagram dan pemenuhan informasi berada pada tingkat reabilitas yang tinggi mengacu pada koefisien reliabelitas *crobach's alpha* (Sugiyono & Lestari, 2021).

Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.36651069
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.049
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.088 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Dari hasil uji asumsi klasik untuk menguji normalitas residual yaitu menggunakan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S) didapatkan Besarnya nilai signifikansi 0,88 yang lebih dari alpha (0,05) hasil tersebut menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal.

Uji autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.740 ^a	.547	.542	3.384

- a. Predictors: (Constant), Konten Instagram
- b. Dependent Variable: Pemenuhan Informasi

Dari hasil yang diperoleh, dapat diinterpretasikan bahwa sekitar 54,7% dari variasi pemenuhan informasi dapat diatribusikan pada dampak Konten Instagram @depok24jam, sementara sisanya, yakni sekitar 45,3%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diidentifikasi dalam penelitian ini. Selain itu, hasil analisis data menunjukkan bahwa koefisien korelasi *R* memiliki magnitudo sebesar 0,740.

Uji F





Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1354.744	1	1354.744	118.328	.000 ^b
	Residual	1122.006	98	11.449		
	Total	2476.750	99			

a. Dependent Variable: Pemenuhan Informasi

b. Predictors: (Constant), Konten Instagram

Dari pengolahan data yang tercatat dalam tabel, dapat disimpulkan bahwa nilai F_{hitung} adalah 118.328 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, yang merupakan angka lebih kecil daripada 0,05. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi memiliki kecocokan yang memadai untuk digunakan dalam meramalkan variabel Y , atau dengan kata lain, terdapat bukti pengaruh variabel X terhadap variabel Y .

Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.091	2.483		2.050	.043
	Konten Instagram	.466	.043	.740	10.878	.000

a. Dependent Variable: Pemenuhan Informasi

Dari hasil pengolahan data yang telah dijelaskan sebelumnya, ditemukan bahwa nilai Konstanta (a) adalah 5.091, dan nilai koefisien regresi (b) adalah 0,466. Oleh karena itu, persamaan regresinya dapat diungkapkan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 5.091 + 0,466X$$

Persamaan diatas diterjemahkan :

Konstanta yang bernilai 5.091 berartikan nilai konsisten pada Variabel X adalah 5.091. Koefisien regresi X senilai 0,466 menyatakan bila penambahan setiap 1 tingkat nilai X , maka nilai Y akan bertambah senilai 0,466. Koefisien regresi tersebut bernilai positif. Sehingga bisa dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif. Kemudian berdasarkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat ditetapkan kesimpulan bahwa variabel X berpengaruh terhadap

variabel Y . Kemudian ditemukan bahwa nilai t_{hitung} senilai $5.091 > t_{tabel}$ 1,984, sehingga dapat disimpulkan variabel X berpengaruh terhadap variabel Y .

Pembahasan Efektifitas Konten Instagram depok24jam Terhadap Pemenuhan Informasi Gen Z.

Dari hasil penelitian ini dapat juga dikaitkan dengan indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Indikator tersebut adalah kredibilitas, konten yang mudah dipahami, konten yang berguna, daya tarik konten, keterkaitan, konten yang berbeda atau unik, terdapat ciri khas konten. Hasil tersebut terbukti dengan pengolahan data menggunakan SPSS yang diambil dari hasil kuesioner yang diisi oleh responden.

Dari hasil pengolahan data SPSS yang dapat dilihat dari tabel Model Summary, hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif antara variabel X (konten instagram) dengan variabel Y (pemenuhan informasi), dengan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,740. Hubungan positif ini mengindikasikan adanya korelasi searah antara konten Instagram dan pemenuhan informasi di kalangan Gen Z di kota Depok. Selain itu, untuk menguji hipotesis, dilakukan Uji-t berdasarkan nilai koefisien korelasi. Hasilnya menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 5.091, yang lebih besar daripada nilai t_{tabel} pada taraf signifikan 1% yaitu 1,984.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang menggunakan alat hitung yang bernama SPSS dapat dilihat dari tabel annova menunjukkan bahwa penelitian ini, dapat disimpulkan H_0 ditolak, dan hipotesis alternatif H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa indikator yang ada dalam konten instagram memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu pemenuhan informasi.





Selanjutnya dalam mengukur besarnya efektifitas konten isntagram depok24jam terhadap pemenuhan informasi Gen Z, dicari koefisien determinasi yang menunjukkan variabel X (konten instagram) terhadap variabel Y (pemenuhan informasi), yakni sebesar 54,7%. Sementara sisanya sebesar 45,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Deskriptif Variabel Konten Instagram (X) Presentase yang menyatakan narasumber dalam Akun @depok24jam memiliki kredibilitas informasi yang baik.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	6	6%
3	Ragu-ragu	18	18%
4	setuju	29	29%
5	Sangat setuju	47	47%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan sangat setuju sebanyak 47%, 29% setuju dan 18% ragu-ragu dan sisanya sebanyak 6% memilih tidak setuju. Dapat disimpulkan dengan hasil responden pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa akun @depok24jam memiliki kredibilitas informasi yang baik.

Presentase yang menyatakan postingan berita akun @depok24jam memiliki pemahaman yang baik terhadap pemenuhan informasi.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	0	0%
3	Ragu-ragu	17	17%
4	setuju	45	45%
5	Sangat setuju	38	38%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 45%, 38% sangat setuju dan sisanya memilih ragu-ragu sebanyak 17%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa postingan berita akun @depok24jam memiliki pemahaman yang baik terhadap pemenuhan informasi.

Presentase yang menyatakan Informasi seputar kota depok yang di posting di Instagram @depok24jam mudah di pahami.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	0	0%
3	Ragu-ragu	9	9%
4	setuju	67	67%
5	Sangat setuju	24	24%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 67%, 24% sangat setuju dan sisanya memilih ragu-ragu sebanyak 9%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa Informasi seputar kota Depok yang di posting di Instagram @depok24jam mudah di pahami.

Presentase yang menyatakan informasi seputar kota depok yang di posting di Instagram @depok24jam dapat di terima dengan jelas.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	6	6%
3	Ragu-ragu	18	18%
4	setuju	46	46%
5	Sangat setuju	30	30%
	Total	100	100%





Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 46%, 30% sangat setuju 18% ragu-ragu dan sisanya memilih tidak setuju sebanyak 6%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa informasi seputar kota Depok yang di posting di Instagram @depok24jam dapat di terima dengan jelas.

Presentase yang menyatakan informasi seputar kota Depok yang di posting di Instagram @depok24jam bermanfaat bagi followersnya.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	0	0%
3	Ragu-ragu	17	17%
4	setuju	51	51%
5	Sangat setuju	32	32%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 51%, 32% sangat setuju dan sisanya memilih ragu-ragu sebanyak 17%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa informasi seputar kota Depok yang di posting di Instagram @depok24jam bermanfaat bagi followersnya.

Presentase yang menyatakan informasi seputar kota depok yang di posting di Instagram @depok24jam sesuai dengan fakta dan update.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	0	0%
3	Ragu-ragu	15	15%

4	setuju	62	62%
5	Sangat setuju	23	23%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 62%, 23% sangat setuju dan sisanya memilih ragu-ragu sebanyak 15%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa informasi seputar kota Depok yang di posting di Instagram @depok24jam sesuai dengan fakta dan update.

Presentase yang menyatakan informasi yang di sampaikan selalu di lengkapi dengan gambar dan video yang sesuai.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	0	0%
3	Ragu-ragu	20	20%
4	setuju	49	49%
5	Sangat setuju	31	31%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 49%, 31% sangat setuju dan sisanya memilih ragu-ragu sebanyak 20%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa informasi yang di sampaikan selalu di lengkapi dengan gambar dan video yang sesuai.

Presentase yang menyatakan setiap postingan di akun instagram @depok24jam menarik perhatian saya untuk terus mengikutinya.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	0	0%





3	Ragu-ragu	27	27%
4	setuju	32	32%
5	Sangat setuju	41	41%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan sangat setuju sebanyak 41%, 32% setuju dan sisanya memilih ragu-ragu sebanyak 27%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa setiap postingan di akun instagram @depok24jam menarik perhatian saya untuk terus mengikutinya.

Presentase yang menyatakan informasi seputar kota depok yang di posting di Instagram @depok24jam sangat akurat.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	0	0%
3	Ragu-ragu	16	16%
4	setuju	55	55%
5	Sangat setuju	29	29%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 55%, 29% sangat setuju dan sisanya memilih ragu-ragu sebanyak 16%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa informasi seputar kota Depok yang di posting di Instagram @depok24jam sangat akurat.

Presentase yang menyatakan informasi seputar kota depok yang di posting di Instagram @depok24jam dapat di terima dengan jelas.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	0	0%

3	Ragu-ragu	32	32%
4	setuju	35	35%
5	Sangat setuju	33	33%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 35%, 33% sangat setuju dan sisanya memilih ragu-ragu sebanyak 32%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa informasi seputar kota Depok yang di posting di Instagram @depok24jam dapat di terima dengan jelas.

Presentase yang menyatakan informasi terkini yang disajikan akun @depok24jam lebih cepat dibandingkan akun yang lain.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	0	0%
3	Ragu-ragu	21	21%
4	setuju	62	62%
5	Sangat setuju	17	17%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 62%, 21% ragu-ragu dan sisanya memilih sangat setuju sebanyak 17%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa informasi terkini yang disajikan akun @depok24jam lebih cepat dibandingkan akun yang lain.

Presentase yang menyatakan saya tertarik dengan konten yang di sajikan akun @depok24jam karna dapat menghibur saya.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%





2	Tidak setuju	1	1%
3	Ragu-ragu	19	19%
4	setuju	48	48%
5	Sangat setuju	32	32%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 48%, 32% sangat setuju ragu-ragu sebanyak 16% dan sisanya memilih tidak setuju 1%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa saya tertarik dengan konten yang di sajikan akun @depok24jam karna dapat menghibur saya.

Presentase yang menyatakan akun @depok24jam hanya berisikan terkait informasi seputaran kota Depok.

c	Tanggapan Responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	6	6%
3	Ragu-ragu	18	18%
4	setuju	46	46%
5	Sangat setuju	30	30%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 46%, 30% sangat setuju ragu-ragu sebanyak 18% dan sisanya memilih tidak setuju 6%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa akun @depok24jam hanya berisikan terkait informasi seputaran kota Depok.

Presentase yang menyatakan akun @depok24jam dapat membantu followers tentang berita kehilangan, bantuan sosial, dsb.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	%
----	---------------------	-----------	---

1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	0	0%
3	Ragu-ragu	17	17%
4	setuju	51	51%
5	Sangat setuju	32	32%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 51%, 32% sangat setuju dan sisanya memilih ragu-ragu sebanyak 17%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa akun @depok24jam dapat membantu followers tentang berita kehilangan, bantuan sosial, dsb.

Deskriptif variabel pemenuhan informasi (Y)

Presentase yang menyatakan saya mendapatkan wawasan baru dari akun @depok24jam.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	1	1%
3	Ragu-ragu	22	22%
4	setuju	51	51%
5	Sangat setuju	26	26%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 51%, 26% sangat setuju ragu-ragu sebanyak 22% dan sisanya memilih tidak setuju 1%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa saya bisa mendapatkan wawasan baru dari akun @depok24jam.

Presentase yang menyatakan akun @depok24jam menyediakan informasi atau berita terbaru.





No	Tanggapan Responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	1	1%
3	Ragu-ragu	32	32%
4	setuju	38	38%
5	Sangat setuju	29	29%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 38%, 32% ragu-ragu, sangat setuju sebanyak 29% dan sisanya memilih tidak setuju 1%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa akun @depok24jam menyediakan informasi atau berita terbaru.

Presentase yang menyatakan akun @depok24jam dapat di akses setiap hari guna memenuhi kebutuhan informasi saya.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	3	3%
3	Ragu-ragu	31	31%
4	setuju	47	47%
5	Sangat setuju	19	19%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 47%, 31% ragu-ragu, sangat setuju sebanyak 19% dan sisanya memilih tidak setuju 3%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa akun @depok24jam dapat di akses setiap hari guna memenuhi kebutuhan informasi saya.

Presentase yang menyatakan akun @depok24jam aktif mengupload konten setiap harinya.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	0	0%
3	Ragu-ragu	25	25%
4	setuju	45	45%
5	Sangat setuju	30	30%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 45%, 30% sangat setuju dan sisanya memilih ragu-ragu sebanyak 25%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa akun @depok24jam aktif mengupload konten setiap harinya.

Presentase yang menyatakan saya mendapatkan informasi secara lengkap dan detail dari akun @depok24jam.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	2	2%
3	Ragu-ragu	20	20%
4	setuju	46	46%
5	Sangat setuju	32	32%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 46%, 32% sangat setuju ragu-ragu sebanyak 20% dan sisanya memilih tidak setuju 2%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa saya mendapatkan informasi secara lengkap dan detail dari akun @depok24jam.





Presentase yang menyatakan akun @depok24jam menyediakan informasi secara relevan dengan kebutuhan informasi saya.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	1	1%
3	Ragu-ragu	22	22%
4	setuju	37	37%
5	Sangat setuju	40	40%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan sangat setuju sebanyak 40%, 37% setuju ragu-ragu sebanyak 22% dan sisanya memilih tidak setuju 1%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa akun @depok24jam menyediakan informasi secara relevan dengan kebutuhan informasi saya.

Presentase yang menyatakan akun @depok24jam memberikan informasi yang ringkas sesuai dengan kebutuhan informasi saya.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	1	1%
3	Ragu-ragu	32	32%
4	setuju	38	38%
5	Sangat setuju	29	29%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 38%, 32% ragu-ragu, sangat setuju sebanyak 29% dan sisanya memilih tidak setuju 1%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa akun @depok24jam memberikan

informasi yang ringkas sesuai dengan kebutuhan informasi saya.

Presentase yang menyatakan saya mendapatkan informasi yang lengkap sesuai dengan kebutuhan informasi saya.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	3	3%
3	Ragu-ragu	31	31%
4	setuju	47	47%
5	Sangat setuju	19	19%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 47%, 31% ragu-ragu, sangat setuju sebanyak 19% dan sisanya memilih tidak setuju 3%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa saya bisa mendapatkan informasi yang lengkap sesuai dengan kebutuhan informasi saya.

Kesimpulan

Dari efektifitas konten instagram @depok24jam terhadap pemenuhan informasi Gen Z. Dapat disimpulkan faktor menunjang dari perolehan hasil penelitian saat ini dipengaruhi dengan dimensi konten yang mudah dipahami dan terdapat ciri khas konten (Variabel X4) dengan indikator pengukuran berupa: informasi seputar kota depok yang di posting di Instagram @depok24jam dapat di terima dengan jelas sehingga mudah dipahami oleh responden dan akun @depok24jam hanya berisikan terkait informasi yang terjadi di seputaran kota depok.

Perolehan hasil dari faktor tersebut juga diperkuat dari hasil dominan pada dimensi pemenuhan informasi (Variabel Y3) dengan indikator: *everyday need approach*,





akun @depok24jam dapat di akses setiap hari guna memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan responden berkaitan dengan hal – hal yang terdapat di kota Depok dan sekitarnya dan *exhautic need approach*, akun @depok24jam menyediakan berbagai macam informasi yang secara relevan disajikan sesuai dengan kebutuhan informasi responden di kota Depok.

Saran

Saran dari peneliti guna menjaga dan meningkatkan efektifitas konten Instagram @depok24jam terhadap pemenuhan informasi Gen Z secara keseluruhan sebagai berikut. Karna mayoritas responden memiliki pandangan bahwa Informasi seputar kota depok yang di posting di Instagram @depok24jam tidak sesuai dengan fakta dan *update* (Variabel X6) oleh karena itu informasi akun @depo24jam hendaknya dapat membuat postingan sesuai fakta dan *update*.

Selain itu mayoritas responden memiliki pandangan bahwa akun Instagram @depok24jam tidak selalu aktif mengunggah konten setiap harinya (Variabel Y4). Maka dari itu, akun Instagram @depok24jam hendaknya lebih aktif mengunggah konten setiap harinya guna memberikan informasi kepada *followers*.

Untuk penelitian berikutnya, disarankan untuk bisa menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif guna menyelidiki secara detil dan mendalam terhadap pemenuhan informasi Gen Z dalam akun Instagram @depok24jam. Pendekatan ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam dengan mengeksplorasi perspektif individu pengikut akun tersebut melalui metode kualitatif. Penelitian ini hanya memfokuskan pada Efektifitas pemenuhan informasi pada generasi Z, oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang

mungkin terdapat pengaruh dari sudut pandang yang lebih luas.

Referensi

- Adli, M. (2021). *PEMANFAATAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL*.
- Basuki, A. (2020). Sistem Pendidikan Bagi Generasi Z (Gen Z). *Jurnal Lingkar Widyaiswara*, 7(01), 43–55.
- Chyntia, P., & Rahmadanita, S. (2021). Pengaruh Konten Instagram Story Dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepercayaan Zodiak (Studi Kasus Pengikut Instagram the Effect Instagram Story Content and Perception of Usefulness To Zodiac Beliefs (Case Study on Instagram Followers. *MEDIALOG : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 178–185.
- Febbyana, D. C. (2018). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Minat. *Studi Kuantitatif*, 1–15.
- Febriyanti, D. (2019). Perilaku Pencari Informasi Siswa Tunanetra Smp/Plb Dan Smalb Di Perpustakaan Sekolah Luar Biasa Bagian Tunanetra Panti Rehabilitasi Penyandang Cacat Netra Palembang. *Informasi*, 1–26.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan media sosial instagram pada pkun @yhoophii_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Jurnal Inovasi*, Vol 14(No 1), 32–41.
- Lidara, A. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @Infopku_ Sebagai Media Informasi Online Kota Pekanbaru. *UIN Suska Riau (Skripsi)*, 5317, 1–84.
- Maulida, S. (n.d.). *PREFERENSI PELANGGAN ONLINE SHOP INSTAGRAM BERDASARKAN KONTEN AKUN @MARTAPURA_BENGGKENG*.
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa*





- McQuail = McQuail's mass communication theory / edisi 6 (buku 2).*
- Najiyuddin, M. (2017). *STRATEGI PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PEMUSTAKA DI PERPUSTAKAAN MAHKAMAH KONSTITUSI REPUBLIK INDONESIA*. 6–28.
- Nugroho, A. S. (2016). *E-commerce Teori dan Implementasi*.
- Oktavia, D. L., & Widiasanty, G. (2022). Pengaruh Tayangan Program Ilook Net Tv Terhadap Minat Menonton Siswismk Sahid Jakarta. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 4(1), 23. <https://doi.org/10.33376/is.v4i1.1165>
- Poespowardojo, Soerjanto, & Seran, A. (2015). *Filsafat ilmu pengetahuan: hakikat ilmu pengetahuan, kritik terhadap visi positivisme logis, serta implikasinya*.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*.
- Putra Surya, Y. (2016). *TEORI PERBEDEAAN GENERASI*. 1952, 123–134.
- Ramadhana, D. R., & Malau, R. M. U. (2021). Efektivitas Penggunaan Akun Instagram @Soalpalu Terhadap Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Palu. *Universitas Telkom, Bandung*, 8(5), 6766–6778.
- Rizky, T. F., & Putri, W. Y. (2023). Strategi Komunikasi Content Creator @ijoeel Dalam Menampilkan Citra Kota Jakarta melalui Akun Media Sosial Instagram. *Inter Script: Journal of Creative Communication* /, V(1), 74.
- Sakitri, G. (2021). Selamat Datang Gen Z , Sang Penggerak Inovasi! *Forum Manajemen Prasetiya Mulya*, 35(2), 1–10.
- Sanida, D. S., & Prasetyawati, H. (2023). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @ infobekasi . coo Terhadap Followers Dalam Mendapatkan Kebutuhan Informasi*. V(1), 1–17.
- Sugiyono. (2018). Teknik Analisis Kuantitatif. *Teknik Analisis*, 1–7. <http://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/pendidikan/Analisis+Kuantitatif.pdf>
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Buku Metode Penelitian Komunikasi.pdf* (pp. 1–152).
- Ulfa, M. (2018). *Pengaruh Media Sosial Komunikasi Pemasaran Terhadap Sikap Konsumen Generasi Z Di Yogyakarta*. 21, 1–9.
- Yutanti, W. (2022). *PRAKTIK CYBERBULLYING DI CHANNEL YOUTUBE LUTFIAGIZAL (Analisis Isi pada Komentar Negatif dalam postingan “Ngomong Anjay Bisa Merusak Moral Bangsa”)*. 90–91.

