

**PENGARUH TERPAAN KONTEN DAN KUALITAS INFORMASI AKUN
INSTAGRAM @GARUDAREVOLUTION.FOOTBALL TERHADAP
KEPUASAN INFORMASI TIMNAS SEPAK BOLA INDONESIA PADA
*FOLLOWERS***

SKRIPSI

Program Pendidikan Strata 1 (S1) Pada Prodi Ilmu Komunikasi



Oleh:

FINA FADHILATUL MUNA

32802100131

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

SEMARANG

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fina Fadhilatul Muna

NIM : 32802100131

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

**PENGARUH TERPAAN KONTEN DAN KUALITAS INFORMASI AKUN
INSTAGRAM @GARUDAREVOLUTION.FOOTBALL TERHADAP
KEPUASAN INFORMASI TIMNAS SEPAK BOLA INDONESIA PADA
FOLLOWERS**

Adalah murni penelitian dan karya sendiri, bukan merupakan skripsi atau karya ilmiah orang lain. Adapun bagian-bagian penelitian yang saya kutip dari penelitian orang lain saya sertakan sumbernya secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah. Apabila dikemudian hari surat pernyataan ini tidak benar, maka siap menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 27 Mei 2025

Penulis



Fina Fadhilatul Muna

NIM. 32802100131

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH TERPAAN KONTEN DAN KUALITAS INFORMASI AKUN INSTAGRAM @GARUDAREVOLUTION.FOOTBALL TERHADAP KEPUASAN INFORMASI TIMNAS SEPAK BOLA INDONESIA PADA FOLLOWERS**

Nama : Fina Fadhilatul Muna

NIM : 32802100131

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata-1.

Semarang, 27 Mei 2025

Dosen Pembimbing

Penulis

Mubarok, S.Sos., M.Si

NIK. 2111080002

Fina Fadhilatul Muna

NIM. 32802100131

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Tri Manah, S.Sos., M.Si

NIK. 2111090008

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH TERPAAN KONTEN DAN KUALITAS INFORMASI AKUN INSTAGRAM @GARUDAREVOLUTION.FOOTBALL TERHADAP KEPUASAN INFORMASI TIMNAS SEPAK BOLA INDONESIA PADA FOLLOWERS**

Nama : Fina Fadhilatul Muna
NIM : 32802100131
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata-1.

Semarang, 27 Mei 2025

Penulis



Fina Fadhilatul Muna
NIM. 32802100131

Dosen Penguji :

1. **Made Dwi Adnjani, S.Sos., M.Si., M.I.Kom**
NIK. 2111090008



(.....)

2. **Mubarok, S.Sos., M.Si**
NIK. 2111080002



(.....)

3. **Dr. Dian Marhaeni Kurdaningsih, S.Sos., M.Si**
NIK. 2111080001



(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Tri Manih, S.Sos., M.Si
NIK. 2111090008

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fina Fadhilatul Muna

NIM : 32802100131

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* dengan judul :

“Pengaruh Terpaan Konten dan Kualitas Informasi Akun Instagram @garudarevolution.football Terhadap Kepuasan Informasi Timnas Sepak Bola Indonesia Pada *Followers*”

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 2 Juni 2025

Yang menyatakan,


Fina Fadhilatul Muna

*Coret yang tidak perlu

MOTTO

Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya

(QS. Al Baqarah 2:286)

Semua terjadi bukan karena secara kebetulan, melainkan karena sebuah alasan

-Silver Rayleigh One Piece

Keberhasilan bukanlah milih orang pintar, namun keberhasilan adalah milik

mereka yang senantiasa berusaha

-BJ Habibie



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil 'alamin, dengan penuh rasa syukur penulisan Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, keluarga saya, serta saya sendiri yang bisa menyelesaikan penelitian ini.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbi ‘alamin, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, dan hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi dengan judul **“PENGARUH TERPAAN KONTEN DAN KUALITAS INFORMASI AKUN INSTAGRAM @GARUDAREVOLUTION.FOOTBALL TERHADAP KEPUASAN INFORMASI TIMNAS SEPAK BOLA INDONESIA PADA FOLLOWERS”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan menyelesaikan Program S1 Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Banyak pihak yang telah membantu dalam penyusunannya, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberi rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis selalu sehat selama menyelesaikan Skripsi.
2. Ibu Trimamah, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung.
3. Bapak Urip Mulyadi, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung.
4. Bapak Mubarak, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan arahan, menasehati, dan memotivasi.
5. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung.
6. Kedua orang tua saya yang selalu mendoakan yang terbaik, selalu memberikan kasih sayang, dan yang selalu mendukung saya.

7. Kakak dan adek saya yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan dalam setiap perjuangan penulis.
8. Seluruh keluarga saya yang telah mendoakan dan memberikan dukungan dalam setiap perjuangan penulis.
9. Sahabat penulis, Michelia Oktaviana Suryani, Hawa Azzah Fauziyah, dan Nila Karimatul Ulya, yang selalu memberikan semangat dan mendukung meskipun terdapat jarak.
10. Teman penulis, Lutvi Tanugrani, Amelia Berliana Nurrenganis, Inka Regita Aryani, Rizqiyatul Fatichah, yang telah membantu, mendukung, menemani, dan menyemangati penulis dalam proses perkuliahan selama ini.
11. Kepada saya sendiri Fina Fadhilatul Muna yang telah melakukan yang terbaik.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih banyak sekali kekurangan, karena keterbatasan ilmu dan pengalaman yang dipunyai penulis. Oleh karena itu, penulis akan dengan senang hati menerima kritik dan saran, penulis berharap Skripsi ini mampu memberikan manfaat yang luas.

Semarang, 27 Mei 2025

Fina Fadhilatul Muna

ABSTRAK

Pengaruh Terpaan Konten dan Kualitas Informasi Akun Instagram @garudarevolution.football Terhadap Kepuasan Informasi Timnas Sepak Bola Indonesia Pada *Followers*

Fina Fadhilatul Muna
32802100131

Penelitian ini berangkat dari pesatnya perkembangan teknologi dan internet yang dinamis mempermudah dan mempercepat aktivitas manusia, seperti dalam memperoleh informasi pada media sosial. Salah satu platform yang paling banyak dipakai yakni Instagram, yang memungkinkan penyebaran informasi secara luas, seperti akun pengelola akun Instagram @garudarevolution.football. Peneliti melihat adanya upaya besar yang dilakukan pengelola dalam menerpa penggunanya dengan menggunakan informasi untuk meningkatkan loyalitas bagi pengikutnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh terpaan konten dan kualitas informasi *followers* terhadap kepuasan yang diperoleh *followers* setelah mengkonsumsi informasi dan konten dari akun Instagram @garudarevolution.football. Mengacu pada Teori *Uses and Gratification*, pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini dengan paradigma positivis serta metode survei. Lewat kuesioner online data dari penelitian ini dikumpulkan yang diisi oleh 100 responden, yang merupakan pengikut dari akun Instagram @garudarevolution.football, dengan menggunakan teknik purposive sampling.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua item kuesioner dinyatakan valid sebab r hitung $>$ r tabel (0,195) serta item kuesioner dinyatakan reliabel dengan nilai di atas 0,700. Pengaruh terpaan konten dan kualitas informasi secara parsial terhadap kepuasan informasi sama-sama memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 kurang dari 0,05. Pada hasil uji T pengaruh terpaan konten terhadap kepuasan informasi memperoleh nilai t hitung sebesar 5,297. Kemudian, pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan informasi memperoleh nilai t hitung sebesar 7,709 serta kedua nilai tersebut lebih besar dibanding t tabel 1,984. Pada hasil uji F, pengaruh terpaan konten dan kualitas informasi terhadap kepuasan informasi secara simultan memperoleh nilai f hitung sebesar 74,076 serta lebih besar dari f tabel 3,09. Pada hasil koefisien determinasi, variabel terpaan konten dan kualitas informasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan informasi dengan nilai sebesar 59,6%. Dengan demikian, bisa ditarik kesimpulan bahwa terpaan konten dan kualitas informasi akun Instagram @garudarevolution.football memiliki pengaruh positif baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan informasi timnas sepak bola Indonesia pada *followers*.

Kata Kunci: Terpaan Konten, Kualitas Informasi, Instagram, Kepuasan Informasi, Teori *Uses and Gratification*

ABSTRACT

The Effect of Content Exposure and Information Quality of the @garudarevolution.football Instagram Account on Information Satisfaction of the Indonesian National Football Team on Followers

Fina Fadhilatul Muna
32802100131

This research departs from the rapid development of technology and the dynamic internet that facilitates and accelerates human activities, such as in obtaining information on social media. One of the most widely used platforms is Instagram, which allows the dissemination of information widely, such as the Instagram account manager account @garudarevolution.football. Researchers see a great effort made by the manager in hitting its users by using information to increase loyalty for its followers. This study aims to analyze the effect of content exposure and the quality of followers' information on the satisfaction obtained by followers after consuming information and content from the @garudarevolution.football Instagram account. Referring to Uses and Gratification Theory, the quantitative approach used in this research with a positivist paradigm and survey method. Through an online questionnaire, data from this study was collected which was filled in by 100 respondents, who are followers of the @garudarevolution.football Instagram account, using a purposive sampling technique.

The results showed that all questionnaire items were declared valid because $r_{count} > r_{table}$ (0.195) and the questionnaire items were declared reliable with a value above 0.700. The effect of content exposure and information quality partially on information satisfaction both obtained a significance value of 0.001 less than 0.05. In the T test results, the effect of content exposure on information satisfaction obtained a t value of 5.297. Then, the effect of information quality on information satisfaction obtained a t value of 7.709 and both values were greater than the t table of 1.984. In the F test results, the effect of content exposure and information quality on information satisfaction simultaneously obtained a calculated f value of 74.076 and greater than f table 3.09. In the results of the coefficient of determination, the variables of content exposure and information quality simultaneously affect information satisfaction with a value of 59.6%. Thus, it can be concluded that content exposure and information quality of the @garudarevolution.football Instagram account have a positive influence both partially and simultaneously on the information satisfaction of the Indonesian national football team on followers.

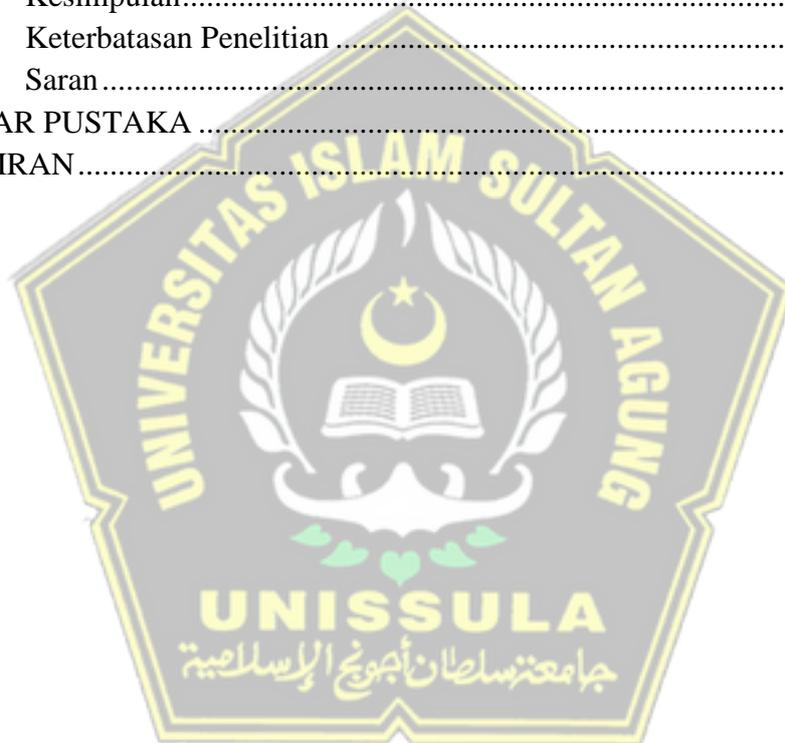
Keywords: Content Exposure, Information Quality, Instagram, Information Satisfaction, Uses and Gratification Theory

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Sosial.....	8
1.4.3 Manfaat Praktis	9
1.5 Kerangka Teori.....	9
1.5.1 Paradigma Penelitian.....	9
1.5.2 <i>State Of The Art</i>	10
1.5.3 Teori Penelitian.....	14
1.6 Kerangka Penelitian	19
1.7 Hipotesis	20
1.8 Definisi Konseptual	22
1.8.1 Terpaan Konten (X1)	22
1.8.2 Kualitas Informasi (X2)	23
1.8.3 Kepuasan Informasi Timnas Sepak Bola Indonesia (Y1).....	23
1.9 Definisi Operasional.....	24
1.10 Metode Penelitian.....	25
1.10.1 Tipe Penelitian	25
1.10.2 Jenis dan Sumber Data	26
1.10.3 Populasi dan Sampel	27
1.10.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	28
1.10.5 Skala Pengukuran.....	29

1.10.6	Teknik Pengolahan Data	29
1.10.7	Uji Persyaratan Instrumen.....	30
1.10.9	Uji Asumsi Klasik.....	32
1.10.10	Metode Analisis Data.....	34
1.10.11	Pengujian Hipotesis	35
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN		37
2.1	Gambaran Umum Akun Instagram @garudarevloution.football	37
2.1.1	Profil Akun Instagram @garudarevolution.football	37
2.1.2	Logo Akun Instagram @garudarevolution.football	38
2.1.3	Konten Akun Instagram @garudarevolution.football.....	38
2.1.4	Profil Followers Akun Instagram @garudarevolution.football	40
2.2	Gambaran Umum Aplikasi Instagram.....	41
2.2.2	Sejarah dan Definisi Aplikasi Instagram.....	41
2.2.3	Logo Aplikasi Instagram.....	42
2.2.4	Fitur Aplikasi Instagram	43
BAB III TEMUAN PENELITIAN		46
3.1	Karakteristik Responden	46
3.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	50
3.2.1	Deskripsi Variabel Terpaan Konten.....	50
3.2.2	Deskripsi Variabel Kualitas Informasi.....	58
3.2.3	Deskripsi Variabel Kepuasan Informasi	65
3.3	Interval Kelas	69
3.3.1	Interval Kelas Terpaan Konten (X1).....	70
3.3.2	Interval Kelas Kualitas Informasi (X2).....	71
3.3.3	Interval Kelas Kepuasan Informasi (Y)	72
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		74
4.1	Uji Validitas	74
4.2	Uji Reliabilitas.....	75
4.3	Uji Asumsi Klasik	76
4.3.1	Uji Normalitas.....	76
4.3.2	Uji Multikolinearitas	77
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	78
4.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
4.5	Uji Hipotesis.....	81
4.5.1	Uji Parsial (Uji T).....	81
4.5.2	Uji Simultan (Uji F)	82
4.5.3	Koefisien Determinasi.....	83
4.6	Pembahasan	84

4.6.1	Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram @garudarevolution.football terhadap Kepuasan Informasi Timnas Sepak Bola Indonesia pada <i>Followers</i>	84
4.6.2	Pengaruh Kualitas Informasi Akun Instagram @garudarevolution.football terhadap Kepuasan Informasi Timnas Sepak Bola Indonesia pada <i>Followers</i>	86
4.6.3	Pengaruh Terpaan Konten dan Kualitas Informasi Akun Instagram @garudarevolution.football terhadap Kepuasan Informasi Timnas Sepak Bola Indonesia pada <i>Followers</i>	87
BAB V PENUTUP.....		90
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Keterbatasan Penelitian	91
5.3	Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA		93
LAMPIRAN.....		97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pengguna Media Sosial.....	2
Gambar 1.2 Pengguna Instagram di Indonesia yang menggunakan Instagram	2
Gambar 1.3 Halaman Profil Akun Instagram @garudarevolution.football	3
Gambar 1.4 Tangkapan Layar Konten Instagram @garudarevolution.football.....	4
Gambar 1.5 Tangkapan Layar Komentar Instagram @garudarevolution.footbal ..	5
Gambar 1.6 Bagan Kerangka Penelitian	20
Gambar 2.1 Logo Akun Instagram @garudarevolution.football	38
Gambar 2.2 Konten Akun Instagram yang berisi wasit yang akan memimpin laga	39
Sumber: <i>Akun Instagram @garudarevolution.football</i>	39
Gambar 2.3 Konten Akun Instagram yang berisi kesebelasan pertama yang diturunkan	39
Sumber: <i>Akun Instagram @garudarevolution.football</i>	39
Gambar 2.4 Konten Akun Instagram yang berisi kutipan dari Manajer Timnas Indonesia	40
Sumber: <i>Akun Instagram @garudarevolution.football</i>	40
Gambar 2.5 Logo Aplikasi Instagram.....	42



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 State Of The Art.....	10
Tabel 1.2 Definisi Operasional	24
Tabel 1.3 Pemberian Skor untuk Jawaban Kuesioner.....	29
Tabel 3.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 3.2 Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 3.3 Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 3.4 Persentase pengikut aktif akun Instagram @garudarevolution.football	48
Tabel 3.5 Persentase jawaban responden atas pertanyaan seberapa lama mengikuti akun Instagram @garudarevolution.football.....	49
Tabel 3.6 Deskripsi Variabel X1 Pernyataan 1	50
Tabel 3.7 Deskripsi Variabel X1 Pernyataan 2.....	51
Tabel 3.8 Deskripsi Variabel X1 Pernyataan 3.....	52
Tabel 3.9 Deskripsi Variabel X1 Pernyataan 4.....	53
Tabel 3.10 Deskripsi Variabel X1 Pernyataan 5.....	54
Tabel 3.11 Deskripsi Variabel X1 Pernyataan 6.....	55
Tabel 3.12 Deskripsi Variabel X1 Pernyataan 7.....	56
Tabel 3.13 Deskripsi Variabel X1 Pernyataan 8.....	57
Tabel 3.14 Deskripsi Variabel X2 Pernyataan 1	58
Tabel 3.15 Deskripsi Variabel X2 Pernyataan 2.....	58
Tabel 3.16 Deskripsi Variabel X2 Pernyataan 3.....	59
Tabel 3.17 Deskripsi Variabel X2 Pernyataan 4.....	60
Tabel 3.18 Deskripsi Variabel X2 Pernyataan 5.....	61
Tabel 3.19 Deskripsi Variabel X2 Pernyataan 6.....	62
Tabel 3.20 Deskripsi Variabel X2 Pernyataan 7.....	63
Tabel 3.21 Deskripsi Variabel X2 Pernyataan 8.....	64
Tabel 3.22 Deskripsi Variabel Y Pernyataan 1	65
Tabel 3.23 Deskripsi Variabel Y Pernyataan 2.....	66
Tabel 3.24 Deskripsi Variabel Y Pernyataan 3.....	67
Tabel 3.25 Deskripsi Variabel Y Pernyataan 4.....	68
Tabel 3.26 Deskripsi Variabel Y Pernyataan 5.....	69
Tabel 3.27 Skala interval kelas variabel terpaan konten (X1)	70
Tabel 3.28 Skala interval kelas variabel kualitas informasi (X2)	71
Tabel 3.29 Skala interval kelas variabel kepuasan informasi (Y).....	72
Tabel 4.1 Uji Validitas	74
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	76
Tabel 4.3 Uji Normalitas Hasil Data Penelitian.....	76
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas X1, X2, dan Y	78
Tabel 4.5 Uji Heteroskedestisitas.....	78

Tabel 4.6 Uji Regresi Linier Berganda	79
Tabel 4.9 Uji T	81
Tabel 4.8 Uji Simultan	83
Tabel 4.7 Uji Koefisien Determinasi	84



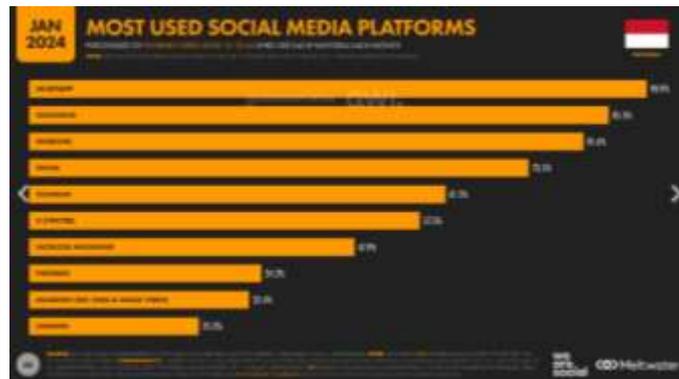
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya ilmu pengetahuan serta teknologi bisa membantu manusia dalam memperoleh suatu informasi dengan cepat supaya tidak ketinggalan zaman. Diiringi dengan kemajuan teknologi yang senantiasa berkembang, salah satu bukti teknologi berkembang dengan begitu cepat yakni dengan hadirnya internet sebagai *new media*. Aktivitas kehidupan masyarakat sebagian besar saling terkait dengan internet. Dengan internet, informasi-informasi sanggup ditemukan dengan mudah, cepat, tepat serta tidak adanya pemborosan waktu. Pada zaman digital ini, manusia memerlukan media digital yang digunakan sebagai sumber informasi.

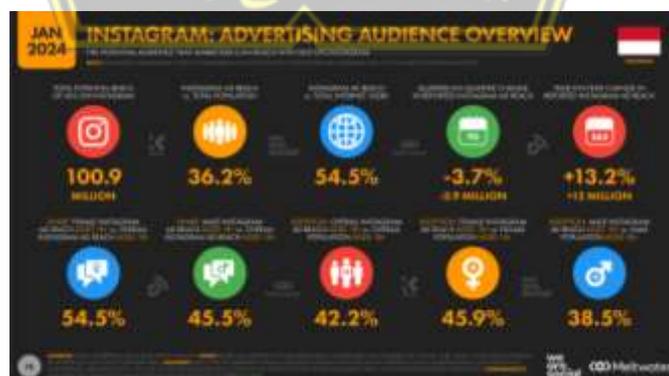
Bagian dari media baru, media sosial merupakan media yang sudah dipengaruhi oleh teknologi. Sebagai salah satu platform sosial media yang paling populer di dunia, Instagram merupakan aplikasi guna berbagi foto serta video yang memudahkan pengguna mengambil foto, mengambil video, yang menerapkan filter digital serta aktivitas berjejaring lainnya. Instagram juga merupakan kekuatan yang bisa membentuk opini publik serta memfasilitasi interaksi sosial. Dengan penggunaan yang bijak, Instagram bisa menjadi alat yang kuat buat membagikan informasi positif, membangun komunitas, serta mendorong perubahan sosial yang positif. Sebagai media sosial yang paling banyak juga diminati setelah WhatsApp yakni Instagram disebabkan dari angka penggunanya yang mencapai 85,3% juta pengguna di Indonesia (*Digital 2024 - We Are Social Indonesia*).



Gambar 1.1 Grafik Pengguna Media Sosial

Sumber: (*Digital 2024 - We Are Social Indonesia*)

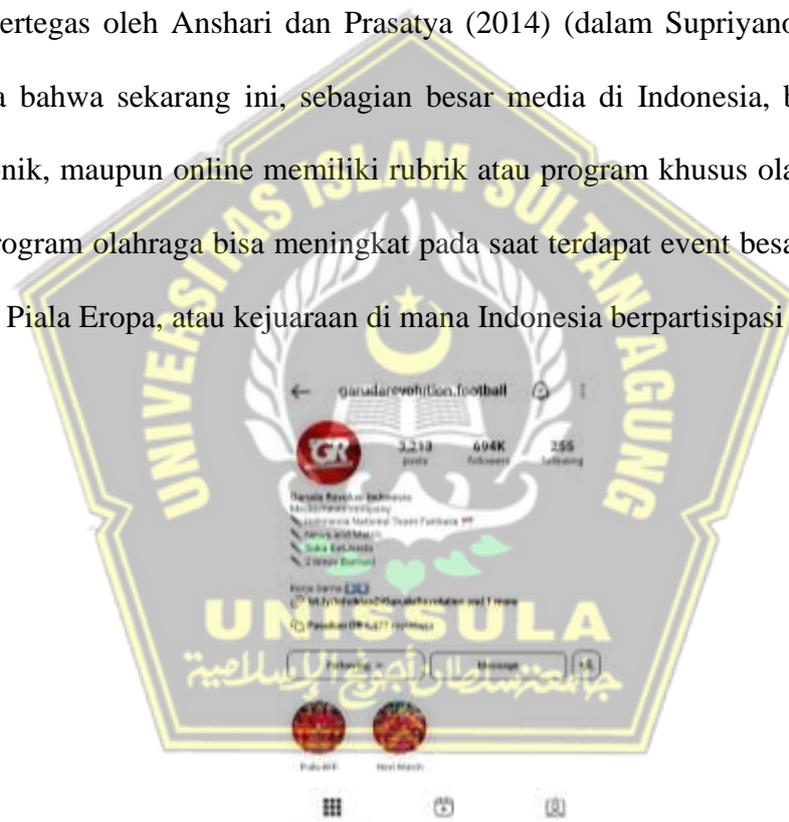
Dari gambar 1.1 di atas yang bisa diketahui bahwa Instagram berada di posisi dua teratas pada persentase media sosial yang sangat sering digunakan. Hal ini yang menunjukkan bahwa sangat populer di kalangan orang Indonesia adalah Instagram sebagai platform media sosial. Data berikut ini juga menyatakan pada bulan Januari 2024, Indonesia memiliki pengguna aktif Instagram sekitar 36,2% dari total populasi Indonesia. Dari data-data tersebut, yang membuktikan bahwa Instagram bisa bertahan serta menjaga eksistensinya sejalan dengan perkembangan media sosial pada era digital yang sekarang ini.



Gambar 1.2 Pengguna Instagram di Indonesia yang menggunakan Instagram

Sumber: (*Digital 2024 - We Are Social Indonesia*)

Pada era digital sekarang ini, konten media sosial yang terkait dengan sepak bola Indonesia khususnya timnas sepak bola Indonesia menjadi sumber informasi bagi para pendukung Timnas Indonesia dalam rangka membagikan berita seputar sepak bola. Hal ini disebabkan oleh banyaknya komunitas sepak bola yang membagikan informasi sepak bola di media sosial (Andika, 2023). Banyak tersedia di media sosial seputar informasi sepak bola, terutama media sosial Instagram. Hal ini dipertegas oleh Anshari dan Prasatya (2014) (dalam Supriyano, 2023), yang berkata bahwa sekarang ini, sebagian besar media di Indonesia, baik itu cetak, elektronik, maupun online memiliki rubrik atau program khusus olahraga. Rubrik atau program olahraga bisa meningkat pada saat terdapat event besar seperti Piala Dunia, Piala Eropa, atau kejuaraan di mana Indonesia berpartisipasi di dalamnya.

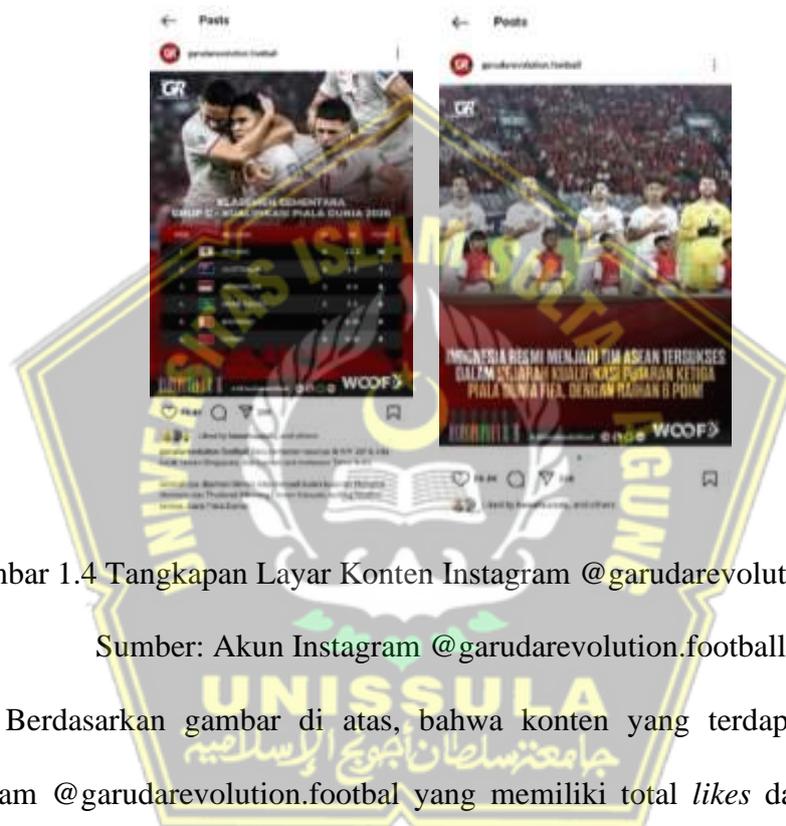


Gambar 1.3 Halaman Profil Akun Instagram @garudarevolution.football

Sumber: Akun Instagram @garudarevolution.football

Akun Instagram @garudarevolution.football sebagai salah satu akun media sosial yang digunakan para pendukung Timnas Indonesia untuk menjadi sumber kepuasan informasi timnas sepak bola Indonesia. Akun Instagram

@garudarevolution.football memiliki pengikut 694 ribu dan postingan sebanyak 3213 kiriman. Selain itu, akun tersebut mengemas informasi berbentuk foto maupun video secara menarik. Setiap foto maupun video yang diunggah memiliki deskripsi kata-kata yang mengandung informasi yang penting. Jumlah *likers* dalam setiap postingan selalu mencapai ribuan.



Gambar 1.4 Tangkapan Layar Konten Instagram @garudarevolution.football

Sumber: Akun Instagram @garudarevolution.football

Berdasarkan gambar di atas, bahwa konten yang terdapat pada akun Instagram @garudarevolution.football yang memiliki total *likes* dan *share* yang banyak. Konten di akun tersebut menampilkan informasi seputar timnas sepak bola Indonesia. Ada berbagai macam komentar yang positif terhadap konten di akun tersebut. Dari akun tersebut menunjukkan bahwa apa yang para pendukung butuhkan terkait sesuatu dengan timnas sepak bola Indonesia. Beberapa *followers* akun Instagram @garudarevolution.football berkomentar bahwa timnas sepak bola Indonesia sangat kuat dan bersama-sama untuk mendukung timnas sepak bola

Indonesia untuk sampai ke Piala Dunia, serta berbagi kemenangan bersama dengan para pendukung timnas sepak bola Indonesia.



Gambar 1.5 Tangkapan Layar Komentar Instagram @garudarevolution.football

Sumber: Instagram @garudarevolution.football

Tentu saja sebagai peneliti, seperti halnya segmen pasar, dilihat dari beberapa konten pada akun Instagram @garudarevolution.football perlu pemahaman mengenai bagaimana para pendukung mendapatkan informasi serta faktor-faktor yang mempengaruhi kebutuhan mereka. Dari fenomena banyaknya media baru, maka di kalangan suporter sepak bola yakni komunitas timnas sepak bola Indonesia, diharapkan media baru tersebut bisa memenuhi kebutuhan informasi untuk para pendukung sepak bola di Indonesia yang sudah menggunakan fasilitas internet yakni mengakses akun Instagram @garudarevolution.football tersebut, sebab kalangan komunitas pendukung sepak bola timnas sepak bola Indonesia tidak semua menggunakan, mengakses ataupun terdapat juga yang belum menggunakan ataupun mengakses akun Instagram @garudarevolution.football.

Menurut Blumer dan Katz, bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih serta menggunakan media, pengguna media merupakan pihak aktif

pada proses komunikasi, pengguna media yang berupaya untuk mencari sumber media yang paling tepat di dalam usaha guna mencukupi kebutuhannya. Pengguna memiliki pilihan alternatif guna memuaskan kebutuhannya (Ni'matul Rohmah, 2020).

Pada penelitian (Desriana, 2024), yang menyatakan bahwa faktor utama yang menyebabkan hoax atau informasi palsu di media sosial yakni kurangnya literasi digital, motivasi ekonomi, serta polarisasi politik, konten hoax biasanya menyebar dengan cepat, mempunyai judul sensasional, serta memuat informasi yang tidak akurat. Dan pada penelitian (Timur, dkk., 2021), yang menyatakan bahwa pelanggaran etika media sosial dalam berkomunikasi, yakni pelanggaran Hak Cipta, pelanggaran *cyberbullying*, pelanggaran hoax, pelanggaran konten ilegal, pelanggaran pornografi, pelanggaran *hate speech*, serta pelanggaran adegan kekerasan.

Apabila dikaitkan dengan teori *uses and gratification*, para pendukung merupakan khalayak yang sudah menetapkan konten Timnas sepak bola Indonesia yang dibagikan oleh akun Instagram @garudarevolution.football sebagai sumber informasinya. Ketika seseorang yang menggunakan Instagram menentukan pilihannya untuk mengikuti akun @garudarevolution.football, yang bisa diartikan bahwa akun @garudarevolution.football mampu memenuhi kebutuhan bagi pengguna akan informasi. Hal ini berdasarkan asumsi teori *uses and gratification*, yakni pengguna media sosial yang secara aktif mencari media yang bisa memenuhi kebutuhan serta memberikan kepuasan (Nisrina Fajari & Diana Khuntari, 2023).

Dalam hal ini penting untuk mengukur sejauh mana terpaan konten dan kualitas informasi akun Instagram @garudarevolution.football bisa memengaruhi kepuasan informasi timnas sepak bola Indonesia pada *followers*.

Mengacu dari latar belakang tersebut, maka penelitian ini berjudul “Pengaruh Terpaan Konten dan Kualitas Informasi Akun Instagram @garudarevolution.football terhadap Kepuasan Informasi Timnas Sepak Bola Indonesia pada *Followers*”.

1.2 Rumusan Masalah

Beranjak dari paparan latar belakang tersebut, rumusan masalah pada penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh terpaan konten akun Instagram @garudarevolution.football terhadap kepuasan informasi timnas sepak bola Indonesia pada *followers*?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas informasi akun Instagram @garudarevolution.football terhadap kepuasan informasi timnas sepak bola Indonesia pada *followers*?
3. Apakah terdapat pengaruh terpaan konten dan kualitas informasi akun Instagram @garudarevolution.football terhadap kepuasan informasi timnas sepak bola Indonesia pada *followers*?

1.3 Tujuan Penelitian

Beranjak dari paparan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian pada penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh terpaan konten akun Instagram @garudarevolution.football terhadap kepuasan informasi timnas sepak bola Indonesia pada *followers*.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi akun Instagram @garudarevolution.football terhadap kepuasan informasi timnas sepak bola Indonesia pada *followers*.
3. Untuk mengetahui pengaruh terpaan konten dan kualitas informasi akun Instagram @garudarevolution.football terhadap kepuasan informasi timnas sepak bola Indonesia pada *followers*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang bisa diperoleh dari penelitian ini yakni sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah kontribusi karya ilmiah ilmu komunikasi dalam pengembangan teori terpaan konten dan kualitas informasi, serta memperkaya literasi tentang perilaku audiens digital.

1.4.2 Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi masyarakat luas, serta diharapkan bisa membantu para penggemar timnas sepak bola Indonesia untuk memperoleh informasi terbaru melalui penelitian ini, serta mendorong literasi digital pengguna konten sosial agar lebih kritis terhadap informasi sepak bola.

1.4.3 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan serta wawasan peneliti mengenai pengaruh terpaan konten dan kualitas informasi akun Instagram @garudarevolution.football terhadap kepuasan informasi timnas sepak bola Indonesia pada *followers*.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Peneliti menggunakan Paradigma Positivistik dalam penelitian ini. Paradigma Positivistik merupakan paradigma penelitian yang dipakai sejalan dengan metode penelitian kuantitatif. Para ahli Sosiologi seperti Comte, Durkheim, dan Mill memakai istilah “tradisional”, “eksperimental”, dan “empiris” guna menjelaskan mengenai paradigma positivistik. Positivisme merupakan pendekatan baru terhadap pengetahuan. Berdasarkan mentalitas, masyarakat bergerak melalui tiga tahap, fisik, abstrak, serta kajian ilmiah atau positif. Dalam mengungkapkannya, gejala sosial bisa diamati secara empiris selama tahap positif. Sedangkan tahapan fisik dan metafisik, yakni terjadinya suatu fenomena bergantung terhadap kekuatan inti tertentu. Kepercayaan terhadap data yang bersifat empiris dengan fokus utama mengenai pengetahuan yang hal tersebut menandakan bahwa fase positif. Comte mengembangkan pendekatan positivisme yang bertujuan guna mempelajari mengenai masyarakat. Hal ini selaras dengan pendapat bahwa “Positive Science Of Society” bisa diciptakan dengan menerapkan metode dan asumsi ilmu alam pada manusia. Dia berpendapat bahwa terdapat hubungan sebab akibat antara tindakan seseorang (Maulana, 2022).

Dengan menjelaskan bahwa suatu gejala bisa diklasifikasikan dan hubungan antara gejala bersifat kausal (sebab akibat), peneliti dalam penelitian ini bisa melakukan penelitian dengan berkonstrasi terhadap sejumlah kecil variabel. Paradigma postivistik atau empiris menjadikan asumsi bahwa pencarian kebenaran serta penemuan kebenaran objektif bisa dilakukan, kalau tidak tanpa memperhatikan nilai. Postivisme terikat pada kepastian konstruksi teori ataupun sangat memperhatikan keakuratan teori. Kontruksi teori diawali dengan definsi yang tepat dari konsep ataupun variabel. Sebuah teori harus diuji secara empiris dalam paradigma positivistik ataupun kuantatif.

1.5.2 *State Of The Art*

Beberapa penelitian yang menjadi terdahulu yang menjadi *state of the art* dalam penelitian ini, disajikan dalam bentuk tabel di bawah ini:

Tabel 1.1 State Of The Art

No	Nama dan Judul Penelitian	Metode dan Teori Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Terpaan Akun @motomobitv Terhadap Kepuasan Followers Dalam Memperoleh Informasi Otomotif (2023)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teori penelitian yang digunakan teori <i>Uses and Gratifications</i> .	Berdasarkan hasil dari penelitian tersebut terpaan akun Instagram @motomobitv memberikan dampak sebesar 77,5% terhadap kepuasan followers dalam memperoleh informasi otomotif sedangkan sisanya

			<p>22,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Penelitian ini juga memiliki hasil H_0 ditolak dan H_a diterima yang diartikan sebagai adanya pengaruh pada terpaan media terhadap kepuasan follower.</p>
2.	<p>Pengaruh Intensitas Akses Instagram @infosumbar dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Informasi <i>Followers</i> (2024)</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teori penelitian yang digunakan teori <i>Uses and Gratifications</i>.</p>	<p>Berdasarkan hasil regresi X_1 sebesar 0,148 dan nilai t-hitung sebesar 3,382, hasil regresi X_2 sebesar 0,642 dan nilai t-hitung sebesar 23.141. Selanjutnya, diperoleh nilai R-Square sebesar 0,732 yang berarti variabel intensitas akses Instagram @infosumbar dan kualitas informasi memengaruhi variabel kepuasan sebesar 73,2% sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain yang</p>

			tidak dijelaskan dalam penelitian ini.
3.	Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi pada Akun Instagram @animolife Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers (2023)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teori penelitian yang digunakan teori Uses and Effect.	Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi variabel X1 (Terpaan) dan variabel X2 (Kualitas Informasi) berpengaruh terhadap variabel Y (Kebutuhan Informasi) sejumlah 59,4% serta sisanya mendapatkan pengaruh oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Penelitian 1 yang berjudul “Pengaruh Terpaan Akun @motomobitv Terhadap Kepuasan *Followers* Dalam Memperoleh Informasi Otomotif”. Pembaruan dalam penelitian penulis yakni dari segi variabel. Jika dilihat dari judul penelitian tersebut hanya memiliki 2 variabel yakni terpaan akun serta kepuasan *followers*, sedangkan pada penelitian penulis memiliki 3 variabel yakni terpaan konten, kualitas informasi, serta kepuasan informasi.

Penelitian 2 yang berjudul “Pengaruh Intensitas Akses Instagram @infosubar dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Informasi *Followers*”.

Dalam penelitian tersebut terdapat pembaruan dari penelitian penulis dari segi subjek penelitian. Subjek penelitian tersebut yakni pengikut akun Instagram @infosumbar, sedangkan subjek penelitian penulis yakni pengikut akun Instagram @garudarevolution.football.

Penelitian 3 yang berjudul “Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi pada Akun Instagram @animolife Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers (2023). Mempunyai pembaruan dari penelitian penulis dari segi objek penelitian. Objek dalam penelitian tersebut yakni pada akun @animolife sedangkan objek penelitian penulis ada akun Instagram @garudarevolution.football.

Dengan demikian, kebaruan penelitian ini terletak pada penambahan variabel yang lebih komprehensif, di mana penelitian penulis mencakup tiga variabel yakni terpaan konten, kualitas informasi, serta kepuasan informasi, dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang hanya memiliki dua variabel. Selain itu, penelitian ini juga memperkenalkan subjek yang berbeda, yakni pengikut akun Instagram @garudarevolution.football, yang memberikan perspektif baru dalam analisis kepuasan informasi. Dan juga objek penelitian yang digunakan, yakni akun Instagram @garudarevolution.football, membedakan penelitian ini dari penelitian sebelumnya yang berfokus pada akun-akun lain, sehingga menambah dimensi baru dalam pemahaman tentang pengaruh terpaan dan kualitas informasi terhadap kepuasan informasi timnas sepak bola Indonesia.

1.5.3 Teori Penelitian

1. Teori *Uses and Gratification*

Teori *Uses and Gratification* dikemukakan oleh Herbert Blumer, Elihu Katz, dan Michael Gurevitch pada tahun 1973. Dalam teorinya dikatakan jika pengguna suatu media atau yang disebut dengan audiens maupun khalayak memiliki peranan aktif dalam memilih dan menggunakan media. Dengan kata lain, pengguna media yang terlibat secara aktif dalam proses komunikasi, yang berusaha mencari sumber media yang terbaik guna memenuhi kebutuhan mereka. Mereka memanfaatkan suatu media sebab mereka ingin memenuhi kebutuhan akan hiburan, pendidikan maupun informasi itu sendiri (Humaizi, 2018).

Menurut Humaizi (2018), teori komunikasi *uses and gratification* berfokus pada bagaimana khalayak memiliki tanggung jawab terhadap media mana yang ingin digunakan khalayak untuk memenuhi kebutuhannya. Pertanyaan utama dalam teori ini yakni seberapa besar media bisa memengaruhi dan mengubah sikap dan perilaku khalayak bukan bagaimana media mengubah sikap atau perilaku khalayak.

Menurut Rohmah (2020), Katz, Blumer, dan Gurevitch menguraikan asumsi dasar dari teori *Uses and Gratification* yakni sebagai berikut:

- 1) Pengguna media memiliki peranan aktif, mereka memiliki kekuatan dalam menentukan media mana yang akan digunakan serta isi dari media tersebut yang akan mereka nikmati.

- 2) Pengguna media memiliki kebebasan dalam memilih media, mereka bisa dengan bebas memilih media mana yang akan mereka pakai guna memenuhi kebutuhan.
- 3) Media bukanlah satu-satunya sumber pemuas kebutuhan, terdapat banyak hal selain penggunaan media yang bisa memuaskan kebutuhan mereka, seperti pergi liburan, menari, olahraga serta lainnya.
- 4) Tujuan pemilihan media massa disimpulkan berdasarkan data yang diberikan audiens, individu dinilai cukup memahami guna bisa melaporkan kepentingan serta motif pada situasi tertentu.
- 5) Pencegahan signifikansi nilai kultural, informasi yang diberikan oleh media massa tersebut harus bersifat menyeluruh atau global, mengingat pengguna dari media massa umumnya berasal dari budaya yang heterogen.

Berdasarkan asumsi-asumsi dasar yang dikemukakan tersebut bisa dinilai bahwa umumnya asumsi dasar dari teori ini berfokus pada keputusan khalayak dalam penggunaan media massa secara aktif atau tidak. Khalayak di sini yang dimaksud mulai dari khalayak pembaca media cetak, khalayak pendengar dan penonton media elektronik. Setiap khalayak memiliki perbedaan dalam hal berpikir serta tanggapan terhadap pesan yang diperoleh dari media. Namun masing-masing pengguna massa bisa saling bereaksi terhadap pesan yang diterimanya (Nurudin, 2019:16).

2. Terpaan Media

Terpaan media merupakan suatu konsep yang melibatkan kajian mengenai perilaku individu yang mengait-hubungkan dengan media. Terpaan media membahas bagaimana seorang memberi perilaku pada saat menggunakan media massa. Perilaku yang diartikan yakni aktivitas mendengar ataupun melihat serta membaca pesan yang disampaikan oleh media (Nadhrah, 2023). Teori terpaan media yang dinyatakan oleh Karl E. Rosengren, yang sebagaimana dipaparkan oleh Rakhmat, 2006 (dalam Hermawanti, dkk., 2021), yang menguraikan bahwa dalam memanfaatkan media, perilaku individu dianalisis berdasarkan waktu yang dihabiskan untuk mengkonsumsi media, variasi ataupun kemangan media, serta hubungan antara individu dengan konten media ataupun keterhubungan dengan media secara umum.

Terpaan media digunakan untuk mengamati sejauh mana informasi diterima, durasi penggunaan media, serta minat audiens terhadap suatu informasi pada media. Terpaan media ataupun paparan media yang terjadi pada saat audiens benar-benar menerima pesan yang disampaikan oleh media. Bentuk konkret dari terpaan media yang melibatkan mendengar, melihat, menonton, membaca, ataupun mengalami langsung konten media. Aktivitas mendengar ataupun membaca pesan menunjukkan implementasi nyata dari terpaan media, yang menjelaskan terpaan media merupakan perilaku individu dalam menggunakan media tersebut. Secara sederhana,

Shore, dalam kajiannya, yang memandang terpaan media sebagai suatu tindakan komunikasi(Nadhrah, 2023).

3. Konten

Menurut Nasrullah (2015:71), konten mencakup berbagai bentuk, seperti teks, gambar, video, suara, serta lainnya, yang mengandung pesan yang disebarluaskan melalui platform media sosial. Konten merupakan bentuk informasi yang tersedia di sebuah laman sebuah situs atau informasi yang telah ada lewat media. Kata ini digunakan untuk menandai serta menguantifikasi dalam bentuk dan jenis informasi sebagai sebuah bagian nilai tambah media(Basarah & Romaria, 2020). Konten merupakan sebuah informasi yang disajikan lewat berbagai media yang memungkinkan adanya sebuah interaksi antarpenggunanya serta pesan yang disampaikan ditujukan untuk sebuah kelompok.

4. Kualitas Konten

Kualitas informasi merupakan penilaian atas baik buruknya sebuah informasi yang diberikan oleh penyedia informasi serta harus memenuhi beberapa kriteria. Ada beberapa karakteristik menurut Weber (1999) dalam menilai apakah sebuah informasi memiliki kualitas yang baik atau tidak dimulai dari keakuratan informasi, ketepatan waktu dari informasi yang disampaikan, penyesuaian informasi dengan apa yang dibutuhkan oleh khalayak, bisa mudah dipahami oleh khalayak, serta menyediakan informasi yang lengkap. Dalam penggunaan media sosial. Masyarakat harus cerdas guna memperoleh serta memaknai sebuah informasi dengan baik serta

benar, oleh karenanya kita harus memperhatikan kualitas informasi agar terhindar dari kekeliruan ataupun hoax (Apriani, 2023).

5. Konsep *New Media*

Media baru merupakan media komunikasi yang menggunakan internet serta teknologi digital ataupun komputer sebagai alat pengoperasiannya. Era media baru secara bertahap bisa menggeser media komunikasi konvensional. Perkembangan ini dipicu oleh kemajuan pesat dalam teknologi komunikasi, yang khususnya pada teknologi digital ataupun komputer serta internet. *Blog*, media sosial, serta *website* merupakan contoh aplikasi yang termasuk dalam media baru. Terdapat banyak perhatian yang diberikan pada saat hadirnya media baru tersebut, di mana terdapat banyak kelebihan di dalamnya. Setiap individu bisa mengakses serta menemukan informasi ataupun berita yang beragam serta bersifat global dari seluruh penjuru dunia manapun tanpa batas jarak serta waktu (Hasan et al., 2023)..

Menurut Atmoko (2012:12), Instagram banyak penggunanya sebab kemudahan serta kecepatannya dalam berbagi foto serta informasi. Pengguna bisa memanfaatkan ratusan filter foto yang mengubah warna serta memberikan kesan foto yang berbeda. Instagram memberikan cara baru berkomunikasi pada jejaring sosial dengan follow, like, serta popular yang menjadikan Instagram semakin banyak penggunanya. Pengguna smartphone menjadi lebih gemar memotret. Menurut Atmoko (2012:13), Instagram dibuat dengan tujuan bukanlah hanya sebuah aplikasi foto,

namun sebuah cara baru berkomunikasi lewat gambar serta merupakan komunikasi yang berbeda (Andika, 2023).

6. Kepuasan Informasi

Menurut Kotler dan Keller (2018:138), kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul sebab membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Menurut Katz (dalam Yaqin, 2023), kepuasan informasi merupakan proses pemenuhan pengetahuan, serta pemahaman yang didasari oleh kebutuhan seseorang untuk mengetahui, mengerti, serta memahami suatu persoalan tertentu. Kepuasan informasi merupakan pemenuhan rasa ingin tahu individu pada saat suatu penggunaan media memberikan pengetahuan sesuai dengan yang dibutuhkannya.

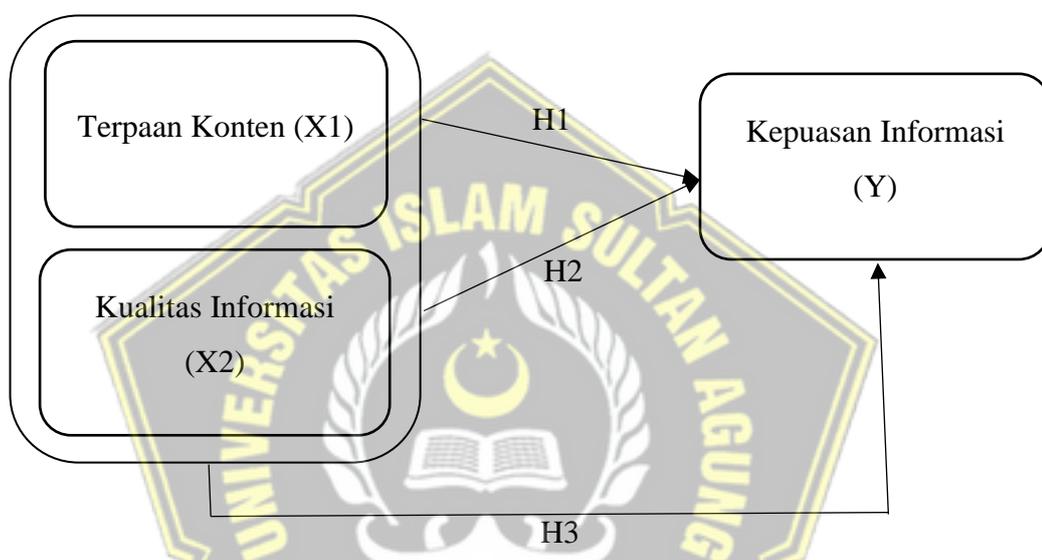
1.6 Kerangka Penelitian

Menurut Sugiyono (2022:95), kerangka berpikir merupakan model konseptual mengenai bagaimana teori berhubungan dengan beragam aspek yang sudah diidentifikasi. Kerangka konseptual dikembangkan guna memberikan penjelasan teoritis mengenai pengaruh antara variabel yang diteliti.

Pada kerangka konsep terdapat penjelasan terkait terpaan konten dan kualitas informasi akun Instagram @garudarevolution.football terhadap kepuasan informasi timnas sepak bola Indonesia pada *followers*. Dengan melihat kerangka konsep peneliti akan menurunkannya menjadi kerangka konsep yang dijadikan sebagai tolak ukur dasar penelitian. Dalam penelitian ini akan melihat pengaruh

terpaan konten dan kualitas informasi akun Instagram @garudarevolution.football terhadap kepuasan informasi timnas sepak bola Indonesia pada *followers*.

Variabel bebas dalam penelitian ini yakni Terpaan Konten (X1) dan Kualitas Informasi (X2), sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini yakni Kepuasan Informasi (Y).



Gambar 1.6 Bagan Kerangka Penelitian

- a. Variabel independen pertama (X1) di penelitian ini yakni Terpaan Konten.
- b. Variabel independen kedua (X2) di penelitian ini yakni Kualitas Konten.
- c. Penelitian ini yang menjadi variabel dependen (Y) yakni Kepuasan Informasi.

1.7 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2022:99), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang didasarkan pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data yang dilakukan. Berdasarkan kerangka

berpikir dan rumusan masalah yang sudah dikemukakan sebelumnya, jadi penulis mengambil hipotesis sementara dalam memecahkan masalah tersebut, bahwa:

H0: Tidak Terdapat Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram @garudarevolution.football (X1) Secara Signifikan Terhadap Kepuasan Informasi Timnas Sepak Bola Indonesia Pada *Followers* (Y).

H1: Terdapat Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram @garudarevolution.football (X1) Secara Signifikan Terhadap Kepuasan Informasi Timnas Sepak Bola Indonesia Pada *Followers* (Y).

H0: Tidak Terdapat Pengaruh Kualitas Informasi Akun Instagram @garudarevolution.football (X2) Secara Signifikan Terhadap Kepuasan Informasi Timnas Sepak Bola Indonesia Pada *Followers* (Y).

H2: Terdapat Pengaruh Kualitas Informasi Akun Instagram @garudarevolution.football (X2) Secara Signifikan Terhadap Kepuasan Informasi Timnas Sepak Bola Indonesia Pada *Followers* (Y).

H0: Tidak Terdapat Pengaruh Terpaan Konten (X1) dan Kualitas Informasi Akun Instagram @garudarevolution.football (X2) Secara Signifikan Terhadap Kepuasan Informasi Timnas Sepak Bola Indonesia Pada *Followers* (Y).

H3: Terdapat Pengaruh Terpaan Konten (X1) dan Kualitas Informasi Akun Instagram @garudarevolution.football (X2) Secara Signifikan Terhadap Kepuasan Informasi Timnas Sepak Bola Indonesia Pada *Followers* (Y).

1.8 Definisi Konseptual

1.8.1 Terpaan Konten (X1)

Menurut Ardianto (2014:168), terpaan merupakan tindakan mendengarkan, melihat, serta membaca pesan-pesan media, ataupun memiliki pengalaman serta perhatian terhadap pesan-pesan tersebut, yang bisa terjadi pada tingkat individu maupun kelompok. Indikator-indikator yang memengaruhi terpaan adalah sebagai berikut:

1. Frekuensi yakni seberapa sering responden melihat dan membaca unggahan pada akun Instagram @garudarevolution.football.
2. Intensitas yakni sejauh mana responden memahami informasi pada unggahan konten Instagram @garudarevolution.football.
3. Durasi yakni seberapa lama responden mengikuti akun Instagram @garudarevolution.football.

Paparan media atau terpaan media terjadi pada saat audiens sepenuhnya menerima pesan yang disampaikan oleh media. Bentuk konkret dari terpaan media melibatkan kegiatan mendengarkan, melihat, menonton, membaca, ataupun langsung mengalami konten media. Aktivitas semacam mendengar ataupun membaca pesan menunjukkan implementasi aktual dari terpaan media, yang menjelaskan bahwa terpaan media melibatkan perilaku individu dalam berinteraksi dengan media tersebut. Menurut Shore, terpaan media sebagai suatu tindakan komunikasi(Nadhrah, 2023).

1.8.2 Kualitas Informasi (X2)

Menurut Jogiyanto (dalam Siagian, dkk., 2023), kualitas informasi bisa digunakan untuk mengukur kualitas output sistem informasi. Indikator-indikator yang harus dimiliki sebuah kualitas informasi adalah sebagai berikut:

1. Akurat yakni konten yang berisikan fakta. Menyajikan konten dengan informasi seputar timnas sepak bola Indonesia. Sebab informasi yang salah bisa menyebabkan banyak gangguan, juga dikenal sebagai *noise*, yang bisa mengubah ataupun merusak informasi.
2. Relevansi yakni konten tersebut harus bermanfaat bagi orang-orang yang membutuhkannya. Informasi yang ditawarkan bisa memenuhi kebutuhan pengikut akan timnas sepak bola Indonesia.
3. Tepat waktu yakni konten yang dikirim ke penerima harus tersedia pada saat diperlukan, diunggah setiap seminggu sekali ataupun sehari sekali. Sebab konten yang tidak sampai pada waktunya tidak lagi dibutuhkan serta dianggap tidak menarik sebab konten yang digunakan dalam proses kepuasan informasi.
4. Kelengkapan yakni informasi-informasi yang diberikan kepada pengguna harus lengkap agar tidak akan menimbulkan kesalahan tafsir akan informasi serta tidak akan memengaruhi kualitas dari informasi itu sendiri.

1.8.3 Kepuasan Informasi Timnas Sepak Bola Indonesia (Y1)

Kepuasan informasi merupakan pemenuhan rasa ingin tahu khalayak ketika penggunaan media memberikan pengetahuan baru yang sesuai dengan apa yang

dibutuhkan (Yaqin, 2023). Menurut McQuail, Blumer, dan Brown (dalam Mansyur, 2021) kepuasan terbagi menjadi beberapa kategori yang berkaitan dengan penggunaan media, adalah sebagai berikut:

1. Kepuasan informasi yakni pengguna dikatakan mempunyai kepuasan informasi apabila bisa mengetahui berbagai peristiwa serta kondisi yang berkaitan dengan lingkungan sekitar.
2. Kepuasan Identitas Pribadi yakni pengguna dikatakan mempunyai kepuasan identitas pribadi apabila bisa menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi diri sendiri.
3. Kepuasan integrasi dan interaksi sosial yakni pengguna dikatakan mempunyai kepuasan integrasi serta interaksi apabila memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial.
4. Kepuasan hiburan yakni pengguna dikatakan mempunyai kepuasan hiburan apabila bisa melepaskan diri dari permasalahan.

1.9 Definisi Operasional

Tabel 1.2 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Skala
Terpaan Konten (X1)	Frekuensi	Likert
	Intensitas	Likert
	Durasi	Likert
Kualitas Informasi (X2)	Akurat	Likert
	Relevansi	Likert

	Tepat waktu	Likert
	Kelengkapan	Likert
Kepuasan Informasi (Y)	Kepuasan Informasi	Likert
	Kepuasan Identitas Pribadi	Likert
	Kepuasan Integritas	Likert
	Kepuasan Hiburan	Likert

1.10 Metode Penelitian

1.10.1 Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan penelitian yang menganalisis data dengan menggambarkan informasi yang dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2022:8), deskriptif kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi ataupun sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan guna menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel yang diteliti yakni terpaan konten dan kualitas informasi pada akun Instagram @garudarevolution.football terhadap kepuasan informasi timnas sepak bola Indonesia pada *followers*.

Dalam penelitian pengaruh terpaan konten dan kualitas informasi akun Instagram @garudarevolution.football terhadap kepuasan informasi timnas sepak

bola Indonesia pada *followers* diperoleh melalui metode penelitian berbasis survei dengan menggunakan kuesioner.

1.10.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dalam penelitian adalah data kuantitatif yang terdiri dari angka. Sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.10.2.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2022:137), data primer merupakan data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti guna menjawab masalah penelitiannya secara khusus. Data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada responden. Data primer yang digunakan pada penelitian ini yakni pendapat dari *followers* akun Instagram @garudarevolution.football yang dibagikan lewat kuesioner.

1.10.2.2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2022:137), data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, yakni bisa lewat orang lain ataupun lewat dokumen. Data sekunder yang dipergunakan pada penelitian ini yakni tinjauan literatur dari buku, jurnal, artikel serta referensi lain yang berkenaan dengan topik penelitian.

1.10.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang lengkap diperlukan suatu metode dalam pengumpulannya, adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini kuesioner. Menurut Sugiyono (2022:142), kuesioner merupakan teknik

pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan ataupun pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Peneliti menerapkan kuesioner tertutup yang diberikan untuk pengikut akun media sosial Instagram @garudarevolution.football, yang di mana responden hanya diperkenankan memilih dari sejumlah alternatif jawaban yang sudah peneliti sediakan.

1.10.3 Populasi dan Sampel

1.10.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2022:80), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek ataupun subjek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari serta kemudian ditarik kesimpulannya. Maka dalam penelitian ini populasi yang diambil yakni terdiri dari 694.000 orang yang mengikuti akun @garudarevolution.football.

1.10.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2022:81), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam menentukan serta mengetahui seberapa banyak jumlah sampel yang diambil, peneliti menggunakan rumus Slovin menurut Sugiyono (2022:143) untuk mencari serta menentukan jumlah sampel.

Rumus slovin:

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

Keterangan: n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi pengambilan sampel (10%)

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

$$n = \frac{694.000}{1+694.000(10\%)^2}$$

$$n = \frac{694.000}{1+694.000(0,01)}$$

$$n = \frac{694.000}{1+ 6940}$$

$$n = \frac{694.000}{6941}$$

$n = 99,9955$ dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan hasil di atas, maka didapatkan sebanyak 100 responden yang diambil dari keseluruhan pengikut pada akun @garudarevolution.football.

1.10.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yakni *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2022:81), *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu, yakni orang-orang yang mengikuti akun Instagram @garudarevolution.football dengan rentang waktu minimal satu bulan.

1.10.5 Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2022:93), skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap ataupun perilaku, pendapat, serta persepsi seseorang ataupun sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Skala likert digunakan untuk menghitung semua indikator. Kuesioner yang dibagikan dalam penelitian ini yakni dengan menggunakan skala *likert*.

Tabel 1.3 Pemberian Skor untuk Jawaban Kuesioner

Skala	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: (Sugiyono, 2022)

1.10.6 Teknik Pengolahan Data

Setelah mendapatkan data yang dibutuhkan, masuk ke proses pengolahan data. Langkah-langkah pengolahan data dari lembar observasi bisa dilakukan secara manual atau dengan bantuan komputer. Tahapan dalam pengolahan data dengan menggunakan komputer adalah sebagai berikut:

1. Penyuntingan (*editing*)

Menurut Notoatmodjo (2018), *editing* merupakan suatu kegiatan di mana isi formulir atau lembar observasi diperiksa dan dikoreksi, apakah lengkap, dalam

arti semua langkah-langkah sudah diisi. Hasil kuesioner yang diperoleh ataupun dikumpulkan melalui lembar observasi harus diolah terlebih dahulu.

2. Memberikan Code (*Coding*)

Menurut Notoatmodjo (2018), *coding* merupakan pengubahan data yang berupa kalimat atau huruf menjadi data numerik atau angka. Penetapan kode ini sangat membantu dalam pemasukan data.

3. *Tabulating*

Menurut Notoatmodjo (2018), *tabulating* merupakan proses pembuatan tabel data yang sesuai dengan tujuan penelitian atau keinginan peneliti. Dalam penelitian ini, membuat tabel dengan memasukkan data ke dalam tabel yang digunakan yakni tabel distribusi frekuensi (Hashifa, 2022).

1.10.7 Uji Persyaratan Instrumen

Penelitian ini yang diukur yakni variabel terpaan konten (X1), kualitas informasi (X2), dan kepuasan informasi timnas sepak bola Indonesia (Y2). Uji persyaratan instrumen pada penelitian ini menguji validitas serta reliabilitas.

1.10.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2022:121), instrumen yang valid berarti alat ukur yang dipakai untuk mendapatkan data ataupun mengukur data itu valid. Valid yang berarti instrumen itu bisa dipakai guna mengukur apa yang seharusnya diukur. Teknik yang dipakai untuk mengukur validitas pernyataan kuesioner yakni *product moment pearson* dengan cara mengkorelasikan masing-masing item pernyataan kuesioner dan membandingkan r_{tabel} dengan r_{hitung} . Dalam penelitian ini uji validitas

dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Program and Service Solution*) versi 26.

Uji validitas bisa dilakukan dengan rumus koefisien *Product Moment Pearson* yakni:

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{(N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)(N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Korelasi antara variabel x dengan y

N = Jumlah responden atau sampel penelitian

ΣX = Jumlah skor variabel X

ΣY = Jumlah skor variabel Y

Kriteria uji validitas pada setiap pernyataan sebagai berikut:

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka item kuesioner dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka item kuesioner dinyatakan tidak valid.

1.10.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2022:121), uji reliabilitas dipakai untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap kuesioner stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas merupakan tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur segala gejala ataupun kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, maka semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Dalam peneliyan ini uji reliabilitas dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Program and Service Solution*) versi 26.

Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai alat pengujian reliabilitas yakni sebagai berikut (Sugiyono, 2022:135):

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{1 - \sum \alpha_t^2}{\alpha_t^2} \right)$$

Keterangan:

r = Hasil uji reliabilitas

k = Jumlah item pernyataan

$\sum \alpha_t^2$ = Jumlah hasil tiap item

α_t^2 = Jumlah hasil total item

Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

2. Jika hasil nilai Cronbach Alpha $> 0,6$ maka kuesioner reliabel.
3. Jika hasil nilai Cronbach Alpha $< 0,6$ maka kuesioner tidak reliabel.

1.10.9 Uji Asumsi Klasik

1.10.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan guna menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi dikatakan lolos uji normalitas jika nilai residu berdistribusi normal atau mendekati norma (Ghozali, 2021:196). Uji statistik yang bisa digunakan guna menguji normalitas residual yakni uji statistik non-parametrik Komogorov-Smirnov.

Pada uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov Smirnov dengan kriteria adalah sebagai berikut (Ghozali, 2021:201):

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka bisa disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka bisa disimpulkan bahwa data penelitian tidak terdistribusi normal.

1.10.9.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan guna menguji apakah model regresi ditemukan terdapat korelasi antara variabel bebas atau variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak berkorelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2021:157). Deteksi multikolinearitas dimungkinkan dengan menganalisis nilai *tolerance* serta *varian inflations factor* (VIF). Untuk mendeteksi terdapat atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi yakni sebagai berikut (Ghozali, 2021:157-158):

1. Luasnya *varian inflations factor* (VIF) memberikan kriteria model regresi bebas dari multikolinearitas, khususnya jika nilai VIF ≤ 10 .
2. Luasnya *tolerance* memberikan kriteria model regresi bebas dari multikolinearitas, khususnya jika nilai VIF $\geq 0,1$.

1.10.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Weston & Copeland (dalam Galih, dkk., 2022), uji heteroskedastisitas bertujuan guna menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance tersebut tetap, maka disebut homoskedastisitas serta jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik yakni yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara guna mendeteksi masalah

heteroskedastisitas yakni dengan Uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Menurut Ghazali (2021:178) uji heteroskedastisitas dengan uji glejser menggunakan dasar pengambilan keputusan yakni sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi variabel independen $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi variabel independen $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

1.10.10 Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan proses pengelompokan berdasarkan variabel dan responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, maka perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

1.10.10.1 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan guna mengukur dampak lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat (Ghozali, 2021:145). Rumus analisis regresi linier berganda akan diaplikasikan dalam penelitian ini guna mengidentifikasi pengaruh antara variabel-variabel yang terlibat yakni sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan informasi timnas sepak bola Indonesia

α = Konstanta

$b_1 b_2$ = Koefisien regresi linier berganda

X_1 = Terpaan Konten

X_2 = Kualitas Informasi

e = Error

1.10.11 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini akan digunakan koefisien determinasi, uji F, serta uji T berikut penjelasan dari masing-masing analisis data:

1.10.11.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji T guna menunjukkan seberapa jauh pengaruh setiap variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2021:148). Uji T digunakan untuk mengukur signifikansi pengaruh pengambilan keputusan yang dilakukan berdasarkan perbandingan nilai t hitung masing-masing koefisien regresi dengan t tabel sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan. Ketentuan menilai hasil hipotesis uji T yakni digunakan tingkat $\alpha = 0,05$ dengan derajat kebebasan $df = n-1$ yang merupakan uji satu sisi (*one tailed test*). Dasar kriteria penerimaan hipotesis positif yakni sebagai berikut:

1. Jika t hitung $>$ t tabel atau p value $<$ $\alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak serta H_a diterima artinya variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen.

2. Jika t hitung $< t$ tabel atau p value $> \alpha = 0,05$, maka H_0 diterima serta H_a ditolak artinya variabel independen tidak memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen.

1.10.11.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F guna mengukur ketepatan fungsi regresi sampel (*Goodness of Fit*). Uji F menguji apakah variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen secara baik atau menguji apakah model yang digunakan telah fit atau tidak (Ghozali, 2021:148). Uji F dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan pembilang (df) = k serta derajat kebebasan penyebut (df) = $n-k-1$, di mana k yakni jumlah variabel bebas. Pengujian dilakukan dengan membandingkan kriteria yakni sebagai berikut:

1. Jika F hitung $> f$ tabel atau p value $< \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak serta H_a diterima, artinya model yang digunakan bagus (*fit*).
2. Jika F hitung $< f$ tabel atau p value $> \alpha = 0,05$ maka H_0 diterima serta H_a ditolak, artinya model yang digunakan tidak bagus (*tidak fit*).

1.10.11.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) guna mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel-variabel dependen (Ghozali, 2021:147). Nilai koefisien determinasi yakni antara nol serta satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan guna memprediksi variabel-variabel independen.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

2.1 Gambaran Umum Akun Instagram @garudarevloution.football

2.1.1 Profil Akun Instagram @garudarevolution.football

Akun Instagram @garudarevolution.football merupakan akun fanbase untuk berbagi info seputar timnas sepak bola Indonesia yang pertama kali dibuat pada bulan Desember Tahun 2017. Akun ini memiliki jumlah pengikut 694 ribu pengikut dan jumlah mengikuti sebanyak 255 akun. Akun @garudarevolution.football sendiri dikelola oleh dua admin yang bertugas untuk memposting dan mengontrol aktivitas dari akun tersebut. Akun @garudarevolution.football termasuk salah satu akun fanbase yang ramai serta aktif. Dilihat dari aktivitas akun tersebut bahwa setiap hari ada unggahan yang terkirim. Di setiap unggahan yang terkirim juga membahas sesuatu yang update mengenai timnas sepak bola Indonesia serta tidak jarang unggahan-unggahan yang terkirim biasanya mendatangkan banyak respon serta akhirnya bisa membuat unggahan tersebut ramai. Ramai tidaknya unggahan bisa dilihat dari jumlah *comment*, *share*, serta *like*.

Akun Instagram @garudarevolution.football memiliki *members* yang tergabung sebanyak 6.477 orang. Apabila dilihat dari akun Instagram @garudarevolution.football, maka akun tersebut memang sudah dikenal oleh banyak orang. Selain dilihat dari unggahan, akun @garudarevolution.football juga sering bagi-bagi rezeki untuk pengikut yang sudah menjadi *members* dengan beberapa ketentuan.

2.1.2 Logo Akun Instagram @garudarevolution.football

Akun Instagram @garudarevolution.football sebagai salah satu akun fanbase tentu memiliki ciri-ciri agar mudah diingat. Logo akun merupakan salah satu detail yang penting yang harus diperhatikan. Lewat logo akun, memudahkan bagi para pengikut untuk menemukan serta mengingat akun @garudarevolution.football. Terdapatnya logo ini juga bisa menjadi ciri khas dari identitas akun tersebut. Gambar di bawah ini merupakan logo dari akun Instagram @garudarevolution.football.



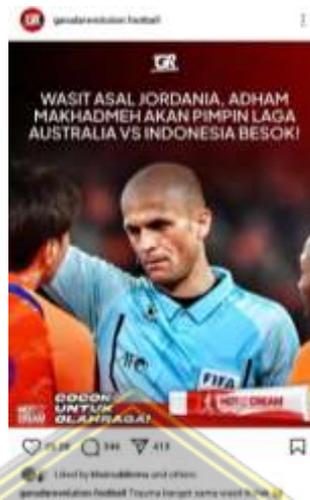
Gambar 2.1 Logo Akun Instagram @garudarevolution.football

Sumber: Akun Instagram @garudarevolution.football

2.1.3 Konten Akun Instagram @garudarevolution.football

Di setiap akun fanbase tentu memiliki konten yang sesuai dengan identitas akun tersebut, seperti halnya dengan akun @garudarevolution.football yang sesuai dengan *username* dari akun @garudarevolution.football ini adalah salah satu akun fanbase untuk berbagi informasi seputar timnas sepak bola Indonesia. Berikut ini merupakan gambaran aktivitas dari akun @garudarevolution.football:

1. Contoh unggahan yang berisi mengenai wasit yang akan memimpin laga.



Gambar 2.2 Konten Akun Instagram yang berisi wasit yang akan memimpin laga

Sumber: Akun Instagram @garudarevolution.football

2. Contoh unggahan yang berisi mengenai kesebelasan pertama yang diturunkan



Gambar 2.3 Konten Akun Instagram yang berisi kesebelasan pertama yang diturunkan

Sumber: Akun Instagram @garudarevolution.football

3. Contoh unggahan yang berisi mengenai kutipan dari Manajer Timnas Indonesia



Gambar 2.4 Konten Akun Instagram yang berisi kutipan dari Manajer Timnas Indonesia

Sumber: Akun Instagram @garudarevolution.football

2.1.4 Profil Followers Akun Instagram @garudarevolution.football

Profil *followers* pada akun @garudarevolution.football merupakan gambaran umum dari keseluruhan pengikut akun @garudarevolution.football. Berdasarkan observasi di lapangan, pengikut akun @garudarevolution.football mayoritas yakni kalangan remaja sampai dewasa yang berstatus sebagai pelajar ataupun mahasiswa hingga sebagai pekerja swasta maupun sebagai wirausaha. Sebagian besar dari pengikut akun @garudarevolution.football yakni pengguna aktif Instagram yang tentunya memiliki ketertarikan serta kebutuhan informasi mengenai timnas sepak bola Indonesia.

Akun @garudarevolution.football memiliki total pengikut sebanyak 694 ribu saat penelitian ini dibuat serta masih terus bertambah dengan seiring

berjalannya waktu. Hal tersebut menggambarkan bahwa akun @garudarevolution.football cukup populer serta menarik di kalangan para pengguna Instagram. Sebagian besar pengguna Instagram menemukan akun ini pada beranda mereka.

2.2 Gambaran Umum Aplikasi Instagram

2.2.2 Sejarah dan Definisi Aplikasi Instagram

Pertumbuhan pesat Instagram yang terlihat dari *review* yang diberikan pengguna yang mendapatkan 1 juta rating bagus di *Google Play*. Instagram pada saat itu, yang menjadi salah satu aplikasi yang mencapai 1 juta peringkat serta berhasil menduduki posisi ke lima. Pada tanggal 9 April 2012, yang diumumkan Instagram sudah diambil alih oleh perusahaan Facebook dengan nilai hampir 1 miliar dollar dalam bentuk tunai serta saham. Tawaran ini datang dengan kebijakan untuk tetap membiarkan Instagram dikelola secara mandiri. Pada tanggal 11 Mei 2016 Instagram memperkenalkan versi 10.10.0 dengan ikon baru serta tentunya desain serta tampilan baru. Terinspirasi oleh ikon sebelumnya, ikon baru yang lebih berwarna yakni kamera sederhana serta pelangi hidup yang dalam bentuk gradien. Dengan ikon serta tampilan yang baru ini, Instagram yang menjadi semakin banyak disukai oleh pengguna serta tetap menggunakan Instagram bukan malah menghapusnya (Miftakhudin, 2024).

Menurut Nurudin (2020:16), Instagram merupakan sebuah aplikasi guna berbagi foto maupun video yang memungkinkan penggunanya mengambil foto maupun video, dengan menerapkan filter serta membagikannya. Pada sekarang ini, media sosial Instagram sudah menambahkan fitur *insta story* yang merupakan fitur

guna berbagi foto ataupun video berdurasi selama 15 detik guna kegiatan sehari-hari kita, fitur tersebut menarik serta kekinian sehingga membuat sebab mengapa media sosial Instagram sangat digemari.

Pengguna aplikasi ini semakin berkembang pesat sebab keunggulan yang ditawarkan dari berbagai fitur Instagram. Sesuatu yang unik dari Instagram yakni foto yang berbentuk persegi, terlihat seperti kamera *polaroid* dan *kodak instamatik* berbeda dari foto umumnya yang menggunakan rasio. Pada awalnya aplikasi ini hanya ada di gadget produksi Apple, namun sekarang sudah tersedia di Android.

2.2.3 Logo Aplikasi Instagram



Gambar 2.5 Logo Aplikasi Instagram

Sumber: *Instagram.com*

Setiap aplikasi media sosial tentu memiliki logo yang menjadi ciri khas masing-masing aplikasi. Begitu juga dengan aplikasi Instagram. Logo instagram pada awal berdirinya mempunyai ciri yang sangat khas yakni menyerupai kamera polaroid lengkap dengan lensa dan viewfinder atau jendela bidik dengan tampilan yang lebih bermain dengan warna. Akan tetapi, Instagram tiba-tiba melakukan perubahan bukan dari fiturnya namun dari logonya yang ikonik, aplikasi Instagram meninggalkan logo bergambar kamera dengan nuansa Polaroid dengan kamera berwarna campuran ungu, jingga, dan pink yang memberikan efek pelangi. Menurut

Ian Spalter sebagai Kepala Bagian Design Instagram yang mengungkapkan bahwa perubahan dalam logo Instagram dimaksudkan agar aplikasinya tampil lebih modern dan relevan di era ini sebab kebanyakan orang sekarang mengabadikan moment dengan menggunakan smartphone. Maka logo dalam Instagram disederhanakan, elemen di bagian pojok atas tak lagi berupa jendela bidik kamera melainkan hanya titik kecil berwarna putih yang dipadukan dengan lingkaran lensa, titik putih dan lingkaran di tengah, yang mengingatkan pada kamera serta sensor cahaya di smartphone modern, ketimbang lensa serta viewfinder Polaroid yang jadul. Logo baru Instagram yang seolah melambangkan peralihan proses fotografi dari era kamera di masa terdahulu ke era smartphone(*cnnindonesia.com*).

2.2.4 Fitur Aplikasi Instagram

Menurut Atmoko (dalam Fathurahman, dkk., 2022), Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak pada bagian bawah pada tampilan di Instagram, yakni:

1. *Home Page* merupakan halaman utama yang menampilkan foto-foto ataupun video yang terbaru dari sesama pengguna yang sudah diikuti.
2. *Explore* merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai oleh para pengguna Instagram.
3. *News Feed* merupakan fitur yang menampilkan notifikasi ataupun pemberitahuan terhadap berbagai aktivitas yang sudah dilakukan oleh pengguna.
4. *Profile* merupakan halaman yang bisa mengetahui secara detail informasi dari pengguna, baik itu profil milik akun pribadi maupun pengguna lainnya.

5. *Stories* merupakan jendela yang menampilkan foto-foto maupun video yang dibuat oleh pengguna yang akan ditampilkan selama 24 jam serta akan terhapus dengan sendirinya setelah waktu habis.

Terdapat beberapa fitur lain yang bisa membuat konten foto ataupun video menjadi lebih menarik dan bermakna, yakni:

1. *Caption* merupakan keterangan guna memperkuat karakter ataupun pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna tersebut.
2. *Hashtag* merupakan simbol bertanda pagar, yang memudahkan pengguna guna menemukan foto maupun video dengan *hashtag* tertentu.
3. *Geotagging* merupakan fitur yang menampilkan lokasi di mana pengguna mengambil foto.
4. *Reel Remix* merupakan fitur yang memungkinkan pengguna bisa memasukkan konten orang lain ke dalam konten mereka.

Instagram sebagai media sosial, banyak interaksi yang terjadi sehingga aplikasi ini menyediakan beberapa aktivitas yang bisa dilakukan oleh pengguna, yakni:

4. *Follow* berarti ikut, yakni dari pengguna Instagram agar mengikuti ataupun berteman dengan pengguna lain bisa mengklik *follow*.
5. *Like* merupakan ikon di mana pengguna bisa menyukai gambar ataupun video pada Instagram, simbol suka pada Instagram adalah simbol hati.
6. *Comment* berarti komentar yang merupakan aktivitas dalam memberikan pikirannya lewat kata-kata, pengguna bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian, ataupun kritikan.

7. *Mentions* merupakan fitur untuk menambah atau memanggil pengguna lain, caranya dengan menambah tanda *arroba* (@) dan memasukkan nama akun Instagram dari pengguna tersebut.
8. *Live* merupakan fitur yang memungkinkan untuk membuat tayangan langsung dari aplikasi Instagram.



BAB III

TEMUAN PENELITIAN

Pada bab ini, peneliti akan menyajikan hasil penelitian mengenai “Pengaruh Terpaan Konten dan Kualitas Informasi Akun Instagram @garudarevolution.football Terhadap Kepuasan Informasi Timnas Sepak Bola Indonesia pada *Followers*”. Hasil temuan penelitian akan disajikan dalam bentuk tabel yang akan menjelaskan karakteristik responden hingga temuan penelitian sesuai dengan masing-masing variabel.

3.1 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berasal dari *followers* aktif akun Instagram @garudarevolution.football yang telah mengikuti akun Instagram @garudarevolution.football selama minimal 3 bulan. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden. Pemetaan identitas responden pada temuan ini meliputi jenis kelamin, usia, serta pekerjaan.

Tabel 3.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Laki-laki	82	82%	Laki-laki
Perempuan	18	18%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan April 2025

Dari tabel 3.1 bisa diketahui responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 82 orang dengan persentase 82% sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 18 orang dengan persentase 18%. Berdasarkan hasil

data tersebut, maka bisa diambil kesimpulan bahwa kebanyakan responden adalah berjenis kelamin laki-laki.

Tabel 3.2 Persentase Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
15-19 tahun	5	5%	20-24 tahun
20-24 tahun	61	61%	
25-30 tahun	27	27%	
>30 tahun	7	7%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan April 2025

Dari tabel 3.2 di atas maka bisa diketahui jumlah responden yang dikategorikan berdasarkan usia. Responden yang berusia 15-19 tahun berjumlah sebanyak 5 orang dengan persentase 5%, lalu untuk usia 20-24 tahun berjumlah sebanyak 61 orang dengan persentase 61%, usia 25-30 tahun berjumlah sebanyak 27 orang dengan persentase 27%, serta yang berusia > 30 tahun berjumlah sebanyak 7 orang dengan persentase 7%. Maka bisa diketahui bahwa mayoritas responden yakni berusia 20-24 tahun.

Tabel 3.3 Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase	Hasil Kuesioner
Pelajar/Mahasiswa	43	43%	Pelajar/Mahasiswa
Pekerja Swasta	32	32%	
Wirausaha	5	5%	

PNS	3	3%	
Lainnya	17	17%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan April 2025

Menurut tabel 3.3 di atas bisa diuraikan jumlah responden berdasarkan pekerjaan. Dari kategori pelajar/mahasiswa berjumlah sebanyak 43 orang dengan persentase 43%, kategori pekerja swasta berjumlah sebanyak 32 orang dengan persentase 32%, lalu untuk kategori wirausaha berjumlah sebanyak 5 orang dengan persentase 5%, untuk kategori PNS berjumlah sebanyak 3 orang dengan persentase 3%, serta pekerjaan lain sebanyak 17 orang dengan persentase 17%. Berdasarkan jumlah data tersebut, maka bisa disimpulkan mayoritas responden pada temuan ini yakni seorang pelajar/mahasiswa.

Tabel 3.4 Persentase pengikut aktif akun Instagram @garudarevolution.football

Saya adalah pengikut aktif akun Instagram @garudarevolution.football	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Ya	100	100%	Ya
Tidak	0	0%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan April 2025

Dari tabel 3.4 di atas didapati responden yang memilih kategori ya berjumlah sebanyak 100 orang dengan persentase 100%. Maka dari data tersebut bisa disimpulkan bahwa 100 responden tersebut menyatakan sebagai pengikut aktif akun Instagram @garudarevolution.football.

Tabel 3.5 Persentase jawaban responden atas pertanyaan seberapa lama mengikuti akun Instagram @garudarevolution.football

Seberapa lama mengikuti akun Instagram @garudarevolution.football	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
3 bulan	6	6%	>1 tahun
3-6 bulan	4	4%	
6 bulan-1 tahun	11	11%	
>1 tahun	79	79%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner penelitian bulan April 2025

Dari tabel 3.5 di atas, responden yang mengikuti akun Instagram @garudarevolution.football selama 3 bulan berjumlah sebanyak 6 orang dengan persentase 6%, responden yang menyatakan telah mengikuti akun Instagram @garudarevolution.football selama 3-6 bulan sebanyak 4 orang dengan persentase 6%, lalu untuk responden yang mengikuti akun Instagram @garudarevolution.football selama 6 bulan-1 tahun berjumlah 11 orang dengan persentase 11%, serta yang terakhir yakni responden yang menyatakan telah mengikuti akun Instagram @garudarevolution.football selama >1 tahun berjumlah sebanyak 79 orang dengan persentase 79%. Maka bisa disimpulkan bahwa mayoritas responden yang mengikuti akun Instagram @garudarevolution.football yakni selama >1 tahun.

3.2 Deskripsi Variabel Penelitian

3.2.1 Deskripsi Variabel Terpaan Konten

Tabel 3.6 Deskripsi Variabel X1 Pernyataan 1

Persentase responden yang menyatakan mengakses akun Instagram

@garudarevolution.football lebih dari 3 kali dalam seminggu

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	3	3%	Setuju
Tidak Setuju	7	7%	
Netral	17	17%	
Setuju	45	45%	
Sangat Setuju	28	28%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner bulan April 2025

Berdasarkan tabel 3.6 di atas, bisa dikatakan dari 100 responden, mayoritasnya yakni pada jawaban setuju sebanyak 45 orang dengan persentase 45%, terdapat jawaban sangat setuju sebanyak 28 orang dengan persentase 28%, terdapat jawaban netral 17 orang dengan persentase 17%, terdapat jawaban tidak setuju sebanyak 7 orang dengan persentase 7%, serta jawaban sangat tidak setuju sebanyak 3 orang dengan persentase 3%. Maka bisa disimpulkan pada pernyataan, responden mengakses akun Instagram @garudarevolution.football lebih dari 3 kali dalam seminggu, mayoritas jawabannya yakni pada kategori setuju 45 responden.

Tabel 3.7 Deskripsi Variabel X1 Pernyataan 2

Persentase responden yang menyatakan sering melihat unggahan konten terbaru akun Instagram @garudarevolution.football

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	2	2%	Setuju
Tidak Setuju	0	0%	
Netral	7	7%	
Setuju	46	46%	
Sangat Setuju	45	45%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner bulan April 2025

Sesuai tabel 3.7 di atas, menunjukkan dari 100 responden, mayoritasnya yakni pada jawaban setuju sebanyak 46 orang dengan persentase 46%, terdapat jawaban sangat setuju 45 orang dengan persentase 45%, terdapat jawaban netral 7 orang dengan persentase 7%, serta terdapat jawaban sangat tidak setuju 2 orang dengan persentase 2%, serta tidak terdapat responden yang menjawab tidak setuju. Maka disimpulkan pada pernyataan, mayoritas responden setuju bahwa responden sering melihat unggahan konten terbaru akun Instagram @garudarevolution.football, mayoritas jawabannya yakni pada kategori setuju 46 responden.

Tabel 3.8 Deskripsi Variabel X1 Pernyataan 3

Persentase responden yang menyatakan sering memberikan like terhadap unggahan Instagram @garudarevolution.football yang muncul di timeline

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	2	2%	Sangat Setuju
Tidak Setuju	2	2%	
Netral	26	26%	
Setuju	31	31%	
Sangat Setuju	39	39%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner bulan April 2025

Dari tabel 3.8 di atas, bisa dikatakan dari 100 responden, yang menunjukkan bahwa sebagian besar yakni pada jawaban sangat setuju sebanyak 39 orang dengan persentase 39%, terdapat jawaban setuju berjumlah 31 orang dengan persentase 31%, terdapat jawaban netral 26 dengan persentase 26%, terdapat jawaban tidak setuju 2 orang dengan persentase 2%, serta terdapat jawaban sangat tidak setuju sebanyak 2 dengan persentase 2%. Maka bisa disimpulkan dari pernyataan, responden sering memberikan like terhadap unggahan Instagram @garudarevolution.football yang muncul di timeline, mayoritas jawabannya yakni pada kategori sangat setuju 39%.

Tabel 3.9 Deskripsi Variabel X1 Pernyataan 4

Persentase responden yang menyatakan menghabiskan waktu lebih dari 30 menit dalam seminggu untuk mengakses akun Instagram @garudarevolution.football

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	6	6%	Netral
Tidak Setuju	28	28%	
Netral	36	36%	
Setuju	22	22%	
Sangat Setuju	8	8%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner bulan April 2025

Berdasarkan tabel 3.9 di atas, dari 100 responden, sebagian besar responden menjawab netral sebanyak 36 orang dengan persentase 36%, terdapat jawaban sangat setuju 8 orang dengan persentase 8%, terdapat jawaban setuju 22 orang dengan persentase 22%, terdapat jawaban tidak setuju 28 orang dengan persentase 28%, serta terdapat jawaban sangat tidak setuju 7 orang dengan persentase 7%. Disimpulkan pada pernyataan, responden menghabiskan waktu lebih dari 30 menit dalam seminggu untuk mengakses akun Instagram @garudarevolution.football, mayoritas jawabannya yakni netral 36 responden.

Tabel 3.10 Deskripsi Variabel X1 Pernyataan 5

Persentase responden yang menyatakan lebih sering menghabiskan waktu untuk mengakses/melihat postingan seputar timnas sepak bola Indonesia di akun

Instagram @garudarevolution.football

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	1	1%	Setuju
Tidak Setuju	5	5%	
Netral	28	28%	
Setuju	43	43%	
Sangat Setuju	23	23%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner bulan April 2025

Sesuai tabel 3.10 di atas, dari 100 responden, dengan mayoritasnya yakni menjawab setuju berjumlah 43 orang dengan persentase 43%, terdapat jawaban sangat setuju 23 orang dengan persentase 23%, terdapat jawaban netral 28 orang dengan persentase 28%, terdapat jawaban tidak setuju 5 orang dengan persentase 5%, serta terdapat jawaban sangat tidak setuju 1 orang dengan persentase 1%. Maka disimpulkan pada pernyataan, responden lebih sering menghabiskan waktu untuk mengakses/melihat postingan seputar timnas sepak bola Indonesia di akun Instagram @garudarevolution.football, mayoritas jawabannya yakni setuju 43 responden.

Tabel 3.11 Deskripsi Variabel X1 Pernyataan 6

Persentase responden yang menyatakan lebih banyak menghabiskan waktu bermain Instagram daripada media sosial lainnya

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	1	1%	Setuju
Tidak Setuju	16	16%	
Netral	26	26%	
Setuju	39	39%	
Sangat Setuju	18	18%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner bulan April 2025

Dari tabel 3.11 di atas, bisa dikatakan 100 responden, sebagian besar responden menjawab setuju sebanyak 39 orang dengan persentase 39, terdapat jawaban sangat setuju 18 orang dengan persentase 18%, terdapat jawaban netral 26 orang dengan persentase 26%, terdapat jawaban tidak setuju 16 orang dengan persentase 16%, serta terdapat jawaban sangat tidak setuju 1 orang dengan persentase 1%. Maka bisa disimpulkan pada pernyataan, responden lebih banyak menghabiskan waktu bermain Instagram daripada media sosial lainnya, mayoritas jawaban yakni setuju 39 responden.

Tabel 3.12 Deskripsi Variabel X1 Pernyataan 7

Persentase responden yang menyatakan sangat tertarik pada isi pesan mengenai timnas sepak bola Indonesia di akun Instagram @garudarevolution.football

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	1	1%	Setuju
Tidak Setuju	0	0%	
Netral	21	21%	
Setuju	47	47%	
Sangat Setuju	31	31%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner bulan April 2025

Berdasarkan tabel 3.12 di atas, dari 100 responden sebagian besar responden menjawab pernyataan setuju sebanyak 47 orang dengan persentase 47%, terdapat jawaban sangat setuju 31 orang dengan persentase 31%, terdapat jawaban netral 21 orang dengan persentase 21%, terdapat jawaban sangat tidak setuju 1 orang dengan persentase 1%, serta tidak terdapat jawaban tidak setuju. Maka bisa disimpulkan pada pernyataan, responden sangat tertarik pada isi pesan mengenai timnas sepak bola Indonesia di akun Instagram @garudarevolution.football, mayoritas jawabannya yakni setuju 47 orang.

Tabel 3.13 Deskripsi Variabel X1 Pernyataan 8

Persentase responden yang menyatakan membaca setiap caption dari foto maupun video yang diunggah akun Instagram @garudarevolution.football

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	1	1%	Setuju
Tidak Setuju	1	1%	
Netral	11	11%	
Setuju	51	51%	
Sangat Setuju	36	36%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner bulan April 2025

Sesuai tabel 3.13 di atas, dari 100 responden menunjukkan mayoritas menjawab setuju berjumlah 51 orang dengan persentase 51%, terdapat jawaban sangat setuju 36 orang dengan persentase 36%, terdapat jawaban netral 11 orang dengan persentase 11%, terdapat jawaban tidak setuju 1 orang dengan persentase 1%, serta terdapat jawaban sangat tidak setuju 1 orang dengan persentase 1%. Maka bisa disimpulkan pada pernyataan, responden membaca setiap caption dari foto maupun video yang diunggah akun Instagram @garudarevolution.football, mayoritas jawabannya yakni setuju 51 responden.

3.2.2 Deskripsi Variabel Kualitas Informasi

Tabel 3.14 Deskripsi Variabel X2 Pernyataan 1

Persentase responden yang menyatakan yakin akun Instagram

@garudarevolution.football menyampaikan informasi yang jelas kebenarannya

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	2	2%	
Netral	20	20%	
Setuju	50	50%	
Sangat Setuju	28	28%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner bulan April 2025

Berdasarkan tabel 3.14 di atas, dari 100 responden sebagian besar responden menjawab setuju sebanyak 50 orang dengan persentase 50%, terdapat jawaban sangat setuju 28 orang dengan persentase 28%, terdapat jawaban netral 20 orang dengan persentase 20%, terdapat jawaban tidak setuju 2 orang dengan persentase 2%, serta tidak terdapat jawaban sangat tidak setuju. Maka bisa disimpulkan pada pernyataan, responden yakin akun Instagram @garudarevolution.football menyampaikan informasi yang jelas kebenarannya, mayoritas jawabannya yakni setuju 50 responden.

Tabel 3.15 Deskripsi Variabel X2 Pernyataan 2

Persentase responden yang menyatakan bahwa akun Instagram

@garudarevolution.football menyampaikan informasi dengan konsisten

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	1	1%	Setuju
Tidak Setuju	3	3%	
Netral	10	10%	
Setuju	54	54%	
Sangat Setuju	32	32%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner bulan April 2025

Sesuai tabel 3.15 di atas, dari 100 responden, menunjukkan mayoritas menjawab setuju berjumlah 54 orang dengan persentase 54%, terdapat jawaban sangat setuju 32 orang dengan persentase 32%, terdapat jawaban netral 10 orang dengan persentase 10%, terdapat jawaban tidak setuju 3 orang dengan persentase 3%, serta terdapat jawaban sangat tidak setuju 1 orang dengan persentase 1%. Maka bisa disimpulkan pernyataan, akun Instagram @garudarevolution.football menyampaikan informasi dengan konsisten, mayoritas jawabannya setuju yakni 54 responden.

Tabel 3.16 Deskripsi Variabel X2 Pernyataan 3

Persentase responden yang menyatakan bahwa akun Instagram @garudarevolution.football selalu menyampaikan informasi yang berkaitan dengan timnas sepak bola Indonesia

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	2	2%	Setuju

Tidak Setuju	4	4%	
Netral	15	15%	
Setuju	50	50%	
Sangat Setuju	29	29%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner bulan April 2025

Dari tabel 3.16 di atas, dengan 100 responden, menunjukkan bahwa sebagian besar menjawab setuju sebanyak 50 orang dengan persentase 50%, terdapat jawaban sangat setuju 29 orang dengan persentase 29%, terdapat jawaban netral 15 orang dengan persentase 15%, terdapat jawaban tidak setuju 4 orang dengan persentase 4%, serta terdapat jawaban sangat tidak setuju 2 orang dengan persentase 2%. Maka bisa disimpulkan pada pernyataan, akun Instagram @garudarevolution.football selalu menyampaikan informasi yang berkaitan dengan timnas sepak bola Indonesia, mayoritas jawabannya setuju 50 responden.

Tabel 3.17 Deskripsi Variabel X2 Pernyataan 4

Persentase responden yang menyatakan bahwa akun Instagram

@garudarevolution.football menyediakan informasi yang up-to-date

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	1	1%	
Netral	7	7%	
Setuju	51	51%	

Sangat Setuju	41	41%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner bulan April 2025

Berdasarkan tabel 3.17 di atas, dari 100 responden, sebagian besar responden menjawab setuju berjumlah 51 orang dengan persentase 51%, terdapat jawaban sangat setuju 41 orang dengan persentase 41%, terdapat jawaban netral 7 orang dengan persentase 7%, terdapat jawaban tidak setuju 1 orang dengan persentase 1%, serta tidak terdapat jawaban sangat tidak setuju. Maka bisa disimpulkan dari pernyataan, akun Instagram @garudarevolution.football menyediakan informasi yang up-to-date, mayoritas jawabannya yakni setuju 51 responden.

Tabel 3.18 Deskripsi Variabel X2 Pernyataan 5

Persentase responden yang menyatakan mendapat informasi yang responden butuhkan mengenai Timnas sepak bola Indonesia dari akun Instagram @garudarevolution.football tepat pada waktunya

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	1	1%	
Netral	12	12%	
Setuju	53	53%	
Sangat Setuju	34	34%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner bulan April 2025

Sesuai tabel 3.18 di atas, dari 100 responden menunjukkan mayoritas menjawab setuju sebanyak 53 orang dengan persentase 53%, terdapat jawaban sangat setuju 34 orang dengan persentase 34%, terdapat jawaban netral 12 orang dengan persentase 12%, terdapat jawaban tidak setuju 1 orang dengan persentase 1%, serta tidak terdapat jawaban sangat tidak setuju. Maka bisa disimpulkan pada pernyataan, responden mendapat informasi yang responden mengenai timnas sepak bola Indonesia dari akun Instagram @garudarevolution.football tepat pada waktunya, mayoritas jawaban yakni setuju 53 responden.

Tabel 3.19 Deskripsi Variabel X2 Pernyataan 6

Persentase responden yang menyatakan informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @garudarevolution.football sesuai dengan kebutuhan *followers*

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	3	3%	
Netral	21	21%	
Setuju	41	41%	
Sangat Setuju	35	35%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner bulan April 2025

Dari tabel 3.19 di atas, dengan 100 responden, menunjukkan bahwa sebagian besar menjawab setuju berjumlah 41 orang dengan persentase 41%, terdapat jawaban sangat setuju 35 orang dengan persentase 35%, terdapat jawaban netral 21 orang dengan persentase 21%, terdapat jawaban tidak setuju 3 orang

dengan persentase 3%, serta tidak terdapat jawaban sangat tidak setuju. Maka bisa disimpulkan pada pernyataan, informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @garudarevolution.football sesuai dengan kebutuhan *followers*, mayoritas jawabannya yakni setuju 41 responden.

Tabel 3.20 Deskripsi Variabel X2 Pernyataan 7

Persentase responden yang menyatakan bahwa semua informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @garudarevolution.football disajikan secara lengkap

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	3	3%	
Netral	31	31%	
Setuju	41	41%	
Sangat Setuju	25	25%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner bulan April 2025

Berdasarkan tabel 3.20 di atas, dari 100 responden, sebagian besar menjawab setuju berjumlah 41 orang dengan persentase 41%, terdapat jawaban sangat setuju 25 orang dengan persentase 25%, terdapat jawaban netral 31 orang dengan persentase 31%, terdapat jawaban tidak setuju 3 orang dengan persentase 3%, serta tidak terdapat jawaban sangat tidak setuju. Maka bisa disimpulkan bahwa pada pernyataan, semua informasi yang disampaikan oleh akun Instagram

@garudarevolution.football disajikan secara lengkap, mayoritas jawabannya yakni setuju 41 responden.

Tabel 3.21 Deskripsi Variabel X2 Pernyataan 8

Persentase responden yang menyatakan merasa informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @garudarevolution.football tidak membingungkan

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	0	0%	
Netral	11	11%	
Setuju	51	51%	
Sangat Setuju	38	38%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner bulan April 2025

Sesuai tabel 3.21 di atas, dari 100 responden, menunjukkan mayoritas menjawab setuju sebanyak 51 orang dengan persentase 51%, terdapat jawaban sangat setuju 38 orang dengan persentase 38%, terdapat jawaban netral 11 orang dengan persentase 11%, tidak terdapat jawaban tidak setuju, serta tidak terdapat jawaban sangat tidak setuju. Maka bisa disimpulkan pada pernyataan, responden merasa informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @garudarevolution.football tidak membingungkan, mayoritas jawabannya yakni setuju 51 responden.

3.2.3 Deskripsi Variabel Kepuasan Informasi

Tabel 3.22 Deskripsi Variabel Y Pernyataan 1

Persentase responden yang menyatakan dapat mengetahui informasi terkini mengenai timnas sepak bola Indonesia setelah mengikuti akun Instagram @garudarevolution.football

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	2	2%	
Netral	12	12%	
Setuju	52	52%	
Sangat Setuju	34	34%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner bulan April 2025

Berdasarkan tabel 3.22 di atas, dari 100 responden, sebagian besar responden menjawab setuju sebanyak 52 orang dengan persentase 52%, terdapat jawaban sangat setuju 34 orang dengan persentase 34%, terdapat jawaban netral 12 orang dengan persentase 12%, terdapat jawaban tidak setuju 2 orang dengan persentase 2%, serta tidak terdapat jawaban sangat tidak setuju. Maka bisa disimpulkan bahwa pada pernyataan, responden dapat mengetahui informasi terkini mengenai timnas sepak bola Indonesia setelah mengikuti akun Instagram @garudarevolution.football, mayoritas jawabannya yakni setuju 52 responden.

Tabel 3.23 Deskripsi Variabel Y Pernyataan 2

Persentase responden yang menyatakan merasa kebutuhan informasi terpenuhi ketika menemukan informasi dari akun Instagram @garudarevolution.football seputar timnas sepak bola Indonesia

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	0	0%	
Netral	19	19%	
Setuju	52	52%	
Sangat Setuju	29	29%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner bulan April 2025

Sesuai tabel 3.23 di atas, dari 100 responden, menunjukkan mayoritas menjawab setuju 52 orang dengan persentase 52%, terdapat jawaban sangat setuju 29 orang dengan persentase 29%, terdapat jawaban netral 19 orang dengan responden 19%, tidak terdapat jawaban tidak setuju, serta tidak terdapat jawaban sangat tidak setuju. Maka bisa disimpulkan bahwa pada pernyataan, responden merasa kebutuhan informasi terpenuhi ketika menemukan informasi dari akun Instagram @garudarevolution.football seputar timnas sepak bola Indonesia, mayoritas jawabannya yakni setuju 52 responden.

Tabel 3.24 Deskripsi Variabel Y Pernyataan 3

Persentase responden yang menyatakan merasa puas atas terpenuhinya rasa keingintahuan akan informasi mengenai timnas sepak bola setelah mengikuti akun Instagram @garudarevolution.football

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	0	0%	
Netral	19	19%	
Setuju	50	50%	
Sangat Setuju	31	31%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner bulan April 2025

Dari tabel 3.24 di atas, dengan 100 responden, yang menunjukkan bahwa sebagian besar menjawab setuju berjumlah 50 orang dengan persentase 50%, terdapat jawaban sangat setuju 31 orang dengan persentase 31%, terdapat jawaban netral 19 orang dengan persentase 19%, tidak terdapat jawaban tidak setuju, serta tidak terdapat jawaban sangat tidak setuju. Maka bisa disimpulkan bahwa pernyataan, responden merasa puas atas terpenuhinya rasa keingintahuan akan informasi mengenai timnas sepak bola setelah mengikuti akun Instagram @garudarevolution.football, mayoritas jawabannya yakni setuju 50 responden.

Tabel 3.25 Deskripsi Variabel Y Pernyataan 4

Persentase responden yang menyatakan akun Instagram

@garudarevolution.football membuat responden menemukan teman sefrekuensi

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	1	1%	Setuju
Tidak Setuju	5	5%	
Netral	32	32%	
Setuju	38	38%	
Sangat Setuju	24	24%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner bulan April 2025

Berdasarkan tabel 3.25 di atas, dari 100 responden, sebagian besar menjawab setuju 38 orang dengan persentase 38%, terdapat jawaban sangat setuju 24 orang dengan persentase 24%, terdapat jawaban netral 32 orang dengan persentase 32%, terdapat jawaban tidak setuju 5 orang dengan persentase 5%, terdapat jawaban sangat tidak setuju 1 orang dengan persentase 1%. Maka bisa disimpulkan bahwa pada pernyataan, akun Instagram @garudarevolution.football membuat responden menemukan teman sefrekuensi, mayoritas jawabannya yakni setuju 38 responden.

Tabel 3.26 Deskripsi Variabel Y Pernyataan 5

Persentase responden yang menyatakan menemukan kesenangan dan hiburan ketika mengakses/melihat unggahan akun Instagram @garudarevolution.football

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
Tidak Setuju	0	0%	
Netral	22	22%	
Setuju	47	47%	
Sangat Setuju	31	31%	
Total	100	100%	

Sumber: Data kuesioner bulan April 2025

Sesuai tabel 3.26 di atas, dari 100 responden, menunjukkan mayoritas menjawab setuju 47 orang dengan persentase 47%, terdapat jawaban sangat setuju 31 orang dengan persentase 31%, terdapat jawaban netral 22 orang dengan persentase 22%, tidak terdapat jawaban tidak setuju, serta tidak terdapat jawaban sangat tidak setuju. Maka bisa disimpulkan bahwa pada pernyataan, responden menemukan kesenangan dan hiburan ketika mengakses/melihat unggahan akun Instagram @garudarevolution.football, mayoritas jawabannya yakni setuju 47 responden.

3.3 Interval Kelas

Berdasarkan hasil kuesioner dengan jumlah 100 responden, maka bisa ditarik kesimpulan dari pengaruh terpaan konten dan kualitas informasi akun Instagram @garudarevolution.football terhadap kepuasan informasi timnas sepak bola

Indonesia pada *followers*. Hasil dari data yang diperoleh lalu dibagi menjadi beberapa interval kelas, dalam menghitung interval kelas dengan menggunakan rumus adalah sebagai berikut:

$$I = \frac{(A-B)+1}{K}$$

Keterangan:

I = Interval kelas

A = Skor Tertinggi

B = Skor Terendah

K = Jumlah Kelas

3.3.1 Interval Kelas Terpaan Konten (X1)

Variabel terpaan konten dibagi menjadi 3 kelas, yakni tinggi, sedang, dan rendah. Variabel terpaan konten dalam penelitian ini memiliki 8 pernyataan yang masing-masing skor tertinggi yakni 40 dan skor terendah yakni 8, serta jumlah interval kelas 3. Maka hasil dari penentuan kelas intervalnya adalah sebagai berikut:

$$I = \frac{(40-8)+1}{3} = 11$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka interval kelas dari variabel terpaan konten (X1) yakni sebanyak 11 serta bisa dibentuk dalam kategori adalah sebagai berikut:

Tabel 3.27 Skala interval kelas variabel terpaan konten (X1)

Nilai		Jumlah	Persentase
Rendah	8 - 18	1	1%
Sedang	19 - 29	38	38%

Tinggi	30 - 40	61	61%
Total		100	100%

Sumber: Data penelitian bulan April 2025

Berdasarkan tabel 2.27 di atas, bisa dikatakan dari jumlah responden terdapat pada kategori nilai tinggi sebesar 61%, terdapat kategori nilai sedang sebesar 38%, serta terdapat kategori nilai rendah sebesar 1%. Maka bisa disimpulkan, hasil data tersebut menunjukkan bahwa terpaan konten akun Instagram @garudarevolution.football terbilang tinggi.

3.3.2 Interval Kelas Kualitas Informasi (X2)

Variabel kualitas informasi dibagi menjadi 3 kelas, yakni tinggi, sedang, dan rendah. Variabel kualitas informasi dalam penelitian ini memiliki 8 pernyataan yang masing-masing skor tertinggi yakni 40 dan skor terendah yakni 8. Maka hasil dari penentuan kelas intervalnya adalah sebagai berikut:

$$I = \frac{(40-8)+1}{3} = 11$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka interval kelas dari variabel terpaan konten (X1) yakni sebanyak 11 serta bisa dibentuk dalam kategori adalah sebagai berikut:

Tabel 3.28 Skala interval kelas variabel kualitas informasi (X2)

Nilai		Jumlah	Persentase
Rendah	8 - 18	0	0%
Sedang	19 - 29	24	24%
Tinggi	30 - 40	76	76%

Total	100	100%
-------	-----	------

Sumber: Data penelitian bulan April 2025

Berdasarkan tabel 2.28 di atas, bisa dikatakan dari jumlah responden terdapat pada kategori nilai tinggi sebesar 76%, terdapat kategori nilai sedang sebesar 24%, serta tidak terdapat kategori nilai rendah. Maka bisa disimpulkan, hasil data tersebut menunjukkan bahwa kualitas informasi akun Instagram @garudarevolution.football terbilang tinggi.

3.3.3 Interval Kelas Kepuasan Informasi (Y)

Variabel kepuasan informasi dibagi menjadi 3 kelas, yakni tinggi, sedang, dan rendah. Variabel kepuasan informasi dalam penelitian ini memiliki 5 pernyataan yang masing-masing skor tertinggi yakni 25 dan skor terendah yakni 5. Maka hasil dari penentuan kelas intervalnya adalah sebagai berikut:

$$I = \frac{(25-5)+1}{3} = 7$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka interval kelas dari variabel kepuasan informasi (Y) yakni sebanyak 11 serta bisa dibentuk dalam kategori adalah sebagai berikut:

Tabel 3.29 Skala interval kelas variabel kepuasan informasi (Y)

Nilai		Jumlah	Persentase
Rendah	5 - 11	0	0%
Sedang	12 - 18	22	22%
Tinggi	19 - 25	78	78%
Total		100	100%

Sumber: Data penelitian bulan April 2025

Berdasarkan tabel 2.29 di atas, bisa dikatakan dari jumlah responden terdapat pada kategori nilai tinggi sebesar 78%, terdapat kategori nilai sedang sebesar 22%, serta tidak terdapat kategori nilai rendah. Maka bisa disimpulkan, hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan informasi timnas sepak bola Indonesia pada *followers* terbilang tinggi.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas

Validitas merupakan uji guna mengukur akurat tidaknya sebuah pernyataan yang terdapat pada setiap variabel penelitian. Dalam melakukan perhitungan data, peneliti memakai rumus *product moment* dengan bantuan software atau aplikasi SPSS 30, serta peneliti memakai nilai 5% sebagai taraf signifikansi yang mengacu pada nilai *r product moment* sebesar 0,195. Apabila nilai *r* hitung > *r* tabel, maka bisa diartikan bahwa item kuesioner tersebut valid serta juga sebaliknya.

Tabel 4.1 Uji Validitas

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X1.1	0,647	0,195	Valid
X1.2	0,682	0,195	Valid
X1.3	0,637	0,195	Valid
X1.4	0,710	0,195	Valid
X1.5	0,645	0,195	Valid
X1.6	0,437	0,195	Valid
X1.7	0,620	0,195	Valid
X1.8	0,668	0,195	Valid
X2.1	0,710	0,195	Valid
X2.2	0,718	0,195	Valid
X2.3	0,497	0,195	Valid

X2.4	0,781	0,195	Valid
X2.5	0,713	0,195	Valid
X2.6	0,707	0,195	Valid
X2.7	0,844	0,195	Valid
X2.8	0,747	0,195	Valid
Y.1	0,756	0,195	Valid
Y.2	0,726	0,195	Valid
Y.3	0,786	0,195	Valid
Y.4	0,712	0,195	Valid
Y.5	0,691	0,195	Valid

Sumber: Data penelitian bulan Mei 2024

Berdasarkan tabel 4.1, bisa dikatakan bahwa setiap item pernyataan di atas memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Sehingga bisa disimpulkan bahwa setiap item pernyataan pada masing-masing variabel Terpaan Konten (X1), Kualitas Informasi (X2), serta Kepuasan Informasi (Y) pada kuesioner dinyatakan valid. Maka kuesioner yang digunakan telah tepat untuk alat ukur dalam penelitian ini.

4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan guna melihat suatu variabel memiliki nilai yang konsisten atau tidak, apabila dilakukan uji pada dalam kurun waktu yang berbeda. Bisa dikatakan reliabel, apabila nilai suatu variabel pada koefisien alfa $> 0,60$.

Tabel 4.2 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Alpha	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
1.	Terpaan Konten (X1)	0,776	0,60	Reliabel
2.	Kualitas Informasi (X2)	0,856	0,60	Reliabel
3.	Kepuasan Informasi (Y)	0,780	0,60	Reliabel

Sumber: Data penelitian bulan Mei 2025

Sesuai dengan tabel 4.2, bisa dikatakan dari hasil uji reliabilitas pada setiap variabel Terpaan Konten (X1), Kualitas Informasi (X2), serta Kepuasan Informasi (Y) bahwa hasil r hitung $> 0,60$. Maka bisa disimpulkan bahwa kuesioner layak digunakan sebagai alat pengukuran yang bisa dipercaya sebab setiap komponen variabel dinyatakan memiliki reliabilitas.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dalam menentukan apakah populasi penelitian memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang dilakukan dengan lewat aplikasi SPSS 30 yang merupakan metode pengujian yang dipergunakan guna melihat apakah populasi penelitian memiliki distribusi normal. *Kolmogorov Smirnov Test* yang dipergunakan dalam melihat apakah sebaran data populasi berdistribusi normal. Berikut data tabel uji normalitas:

Tabel 4.3 Uji Normalitas Hasil Data Penelitian

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	100
Mean	.0000000

Normal Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1.71886915	
Most Extreme Differences	Absolute	.055	
	Positive	.049	
	Negative	-.055	
Test Statistic		.055	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.632	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.620
		Upper Bound	.645
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

Sumber: Data olahan penelitian bulan Mei 2025

Dengan memakai metode Kolmogrov Smirnov, uji normalitas dianggap terpenuhi apabila residual lebih besar dari 0,05. Di bawah ini yakni dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Residual berdistribusi normal apabila nilai signifikansi di atas 0,05.
2. Residual tidak memiliki distribusi normal apabila nilai signifikansi di bawah 0,05.

Berdasarkan proses pengolahan data menggunakan SPSS 30 yang telah disebutkan sebelumnya, bisa diketahui bahwa nilai residual data penelitian atau $0,20 > 0,05$ yang memiliki distribusi secara normal. Maka, data penelitian yang terkumpul memenuhi persyaratan uji regresi.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Ukuran VIF (*Variance Inflation Factor*) atau *torance* pada model regresi menunjukkan syarat terdapat atau tidaknya multikolinearitas. Apabila VIF di bawah

10 serta *tolerance* lebih besar dari 0,1, dengan demikian regresi disebut bebas dari multikolinearitas.

Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas X1, X2, dan Y

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.823	1.216
	X2	.823	1.216

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data olahan penelitian bulan Mei 2025

Berdasarkan data tabel 4.4, nilai *tolerance* sejumlah 0,823 atau di atas 0,1 serta nilai VIF untuk variabel terpaan konten (X1) sejumlah 1,216 atau kurang dari 10. Nilai *tolerance* untuk variabel kualitas informasi (X2) sejumlah 0,823 atau di atas 0,1 serta nilai VIF sejumlah 1,216 atau di bawah 10. Maka, bisa dikatakan bahwa tidak terdapat multikonearitas terhadap model regresi yang dipergunakan di penelitian ini.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Kriteria terdapat atau tidaknya heteroskedastisitas bisa dicermati lewat sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi (p value) semua variabel independen $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi (p value) semua variabel independen $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.5 Uji Heteroskedestisitas

Coefficients ^a	
Model	Sig.

1	(Constant)	<,001
	X1	.435
	X2	.130
a. Dependent Variable: Y		

Sumber: Data olahan penelitian bulan Mei 2025

Nilai p value untuk variabel X1 serta $Y > 0,05$ yakni 0,435, serta untuk variabel X2 juga $Y > 0,05$ yakni 0,130. Seperti yang terlihat pada temuan di atas. Maka, mampu disebut bahwa model regresi penelitian ini tidak menunjukkan persoalan heteroskedastisitas.

4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Setelah data penelitian diolah lewat SPSS 30, ditemukan nilai koefisien regresi yang terjadi pada tabel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6 Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2.036	1.508		1.350	.180
	X1	.225	.042	.373	5.297	<,001
	X2	.344	.045	.543	7.709	<,001

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data olahan penelitian bulan Mei 2025

Berdasarkan tabel 4.6, diperoleh data yang bisa dipaparkan adalah sebagai berikut:

- a. Nilai Konstanta = 2,036
- b. Koefisien regresi variabel Terpaan Konten = 0,225
- c. Koefisien regresi variabel Kualitas Informasi = 0,344

Berdasarkan dari hasil perhitungan koefisien regresi tersebut, persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,036 + 0,225X_1 + 0,344X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Kepuasan Informasi

X₁ = Variabel Terpaan Konten

X₂ = Variabel Kualitas Informasi

Persamaan regresi di atas memperlihatkan bahwa pengaruh antara variabel X₁ dan X₂ terhadap variabel Y, dari persamaan di atas bisa diambil kesimpulan bahwa:

1. Nilai konstanta (a) yakni 2,036, nilai ini memiliki arti bahwa apabila tidak terjadi perubahan pada variabel terpaan konten dan kualitas informasi (nilai X₁ dan X₂ yakni konstan) maka kepuasan informasi timnas sepak bola Indonesia yakni sebesar 2,036.
2. Nilai koefisien regresi terpaan konten yakni 0,225, nilai ini memiliki arti bahwa apabila variabel terpaan konten meningkat sebesar satu satuan, dengan asumsi bahwa variabel kualitas informasi dan konstanta yakni 0, maka kepuasan informasi timnas sepak bola Indonesia meningkat sebesar 0,225.
3. Nilai koefisien regresi kualitas informasi yakni 0,344, nilai ini memiliki arti bahwa apabila variabel kualitas informasi meningkat sebesar satu satuan, dengan asumsi bahwa variabel terpaan konten dan konstanta yakni 0, maka kepuasan informasi timnas sepak bola Indonesia meningkat sebesar 0,344.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji T mengindikasikan sejauh mana setiap variabel penjelas atau individu mandiri memberikan kontribusi signifikan dalam menjelaskan variasi yang terjadi dalam variabel dependen (Ghozali, 2021). Uji T yakni alat statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis tentang rata-rata, serta bisa diterapkan pada satu sampel yang berbeda. Tujuannya yakni memberikan dampak dari variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Untuk menguji efek individual dari variabel X1, X2 terhadap Y secara terpisah, digunakan uji T. Kriteria yang digunakan dalam pengujian ini yakni sebagai berikut:

1. Jika signifikansi $< 0,05$, maka diterima, yang berarti terdapat pengaruh individu yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika signifikansi $> 0,05$, maka ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh individu yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$$T \text{ tabel} = t (\alpha/2 ; n - k - 1) = t (0,025 ; 97) = 1,984$$

Tabel 4.9 Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.036	1.508		1.350	.180
	X1	.225	.042	.373	5.297	<.001
	X2	.344	.045	.543	7.709	<.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data olahan penelitian bulan Mei 2025

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Uji hipotesis H1 (pengaruh terpaan konten terhadap kepuasan informasi)

Berdasarkan tabel 4.9, menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis terpaan konten nilai signfikansi $0,001 < 0,05$ serta nilai t hitung $5,297 > t$ tabel 1,984, yang artinya bahwa hipotesis dalam penelitan menolak H_0 dan menerima H_a . Bisa disimpulkan bahwa hipotesis pada penelitian ini diterima, yang artinya terpaan konten memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan informasi.

2. Uji hipotesis H2 (pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan informasi)

Berdasarkan tabel 4.9, menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis kualitas informasi nilai signfikansi $0,001 < 0,05$ serta nilai t hitung $7,709 > t$ tabel 1,984, yang artinya bahwa hipotesis dalam penelitan menolak H_0 dan menerima H_a . Bisa disimpulkan bahwa hipotesis pada penelitian ini diterima, yang artinya kualitas informasi memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan informasi.

4.5.2 Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2021), Uji F merupakan alat guna menilai secara kolektif pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk menentukan secara statistik apakah variabel independen secara kolektif mempengaruhi variabel dependen. Kriteria pengujian uji F yakni sebagai berikut:

1. Jika nilai f hitung $< f$ tabel maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai f hitung $>$ f tabel maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

$$F \text{ tabel} = F(k ; n - k) = F(2 ; 98) = 3,09$$

Tabel 4.8 Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	446.743	2	223.372	74.076	<,001 ^b
	Residual	292.497	97	3.015		
	Total	739.240	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data olahan penelitian bulan Mei 2025

Berdasarkan tabel 4.8, bisa diketahui bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh terpaan konten dan kualitas informasi secara simultan terhadap kepuasan informasi yakni sebesar $0,001 < 0,05$ serta nilai f hitung $74,076 > f$ tabel $3,09$. Sehingga bisa disimpulkan bahwa uji simultan pada penelitian diterima yang artinya secara simultan variabel terpaan konten dan kualitas informasi berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan informasi.

4.5.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi yakni di antara nol dan satu. Semakin besar nilai koefisien determinasi suatu variabel bebas menunjukkan bahwa semakin dominan pengaruh antara variabel lainnya. Adapun hasil dari pengujian koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS versi 30 yakni sebagai berikut:

Tabel 4.7 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.777 ^a	.604	.596	1.73650

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data olahan penelitian bulan Mei 2025

Berdasarkan tabel 4.7, menunjukkan bahwa koefisien determinasi menghasilkan nilai sebesar 0,596. Hal ini berarti kepuasan informasi timnas sepak bola Indonesia pada pengikutnya dipengaruhi oleh terpaan konten dan kualitas informasi sebesar 59,6%, sedangkan sisanya sebesar 40,4% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lainnya.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram @garudarevolution.football terhadap Kepuasan Informasi Timnas Sepak Bola Indonesia pada *Followers*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh terpaan konten akun Instagram @garudarevolution.football terhadap kepuasan informasi, dengan t hitung sejumlah 5,297 serta nilai signifikansi 0,1% pada tingkat 5%. Sehingga bisa disimpulkan bahwa $0,1\% < 5\%$ maka hipotesis terpaan konten (H1) diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel terpaan konten akun Instagram @garudarevolution.football terhadap variabel kepuasan informasi timnas sepak bola Indonesia.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rina Astriani & Rani Puspita (2023) mengenai pengaruh positif antara terpaan konten terhadap kepuasan

informasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh terpaan konten akun Instagram @garudarevolution.football secara signifikan berkontribusi terhadap kebutuhan informasi para pengikutnya. Pesan atau konten memiliki peran yang signifikan dalam proses komunikasi. Sebagaimana ditegaskan Dora, dkk (2024), bahwa pesan komunikasi yang disampaikan lewat simbol-simbol yang dipahami bersama menjadi elemen fundamental dalam proses pertukaran informasi.

Penelitian ini berlandaskan pada teori *Uses and Gratification* yang memandang bahwa penggunaan media sebagai sarana pemenuhan kebutuhan individu. Menurut Herbert Blumler, Elihu Katz, serta Michael Gurevitch dalam buku *Uses and Gratification Theory* (dalam Humaizi, 2020), teori ini menegaskan bahwa pengguna media bertanggung jawab secara selektif dalam memilih saluran media yang sesuai dengan kebutuhan informasinya. Pada teori *Uses and Gratification*, bahwa konsumsi konten dari akun Instagram @garudarevolution.football terbukti mampu motif informasi para pengikutnya. Pengguna aktif dalam konteks ini yakni pengikutnya yang secara rutin mengunjungi akun tersebut, berinteraksi dengan konten melalui komentar, likes, serta berbagi informasi, serta terlibat dalam diskusi yang berkaitan dengan Timnas. Akun @garudarevolution.football, dengan frekuensi posting yang tinggi serta konsisten, intensitas interaksi yang kuat, serta durasi unggahan yang tepat, bisa menarik perhatian followers dan memenuhi ekspektasi mereka akan informasi terkini tentang Timnas. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin sering serta intens konten yang disajikan, semakin besar kepuasan informasi yang dirasakan oleh followers, sehingga meningkatkan keterlibatan mereka dengan akun tersebut.

Maka, hasil penelitian ini memperkuat pemahaman tentang bagaimana elemen-elemen terapan konten dalam teori Uses and Gratification berkontribusi pada kepuasan informasi dan loyalitas followers terhadap timnas sepak bola Indonesia, serta menekankan pentingnya strategi konten yang efektif dalam media sosial untuk memenuhi kebutuhan audiens.

4.6.2 Pengaruh Kualitas Informasi Akun Instagram

@garudarevolution.football terhadap Kepuasan Informasi Timnas Sepak Bola Indonesia pada *Followers*

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh kualitas informasi akun Instagram @garudarevolution.football terhadap kepuasan informasi, dengan t hitung sejumlah 7,709 serta nilai signifikansi 0,1% pada tingkat 5%. Sehingga bisa disimpulkan bahwa $0,1\% < 5\%$ maka hipotesis kualitas informasi (H2) diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan serta positif antara variabel kualitas informasi akun Instagram @garudarevolution.football terhadap variabel kepuasan informasi timnas sepak bola Indonesia pada pengikutnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Fatiha, 2024) yang mengenai pengaruh positif antara kualitas informasi terhadap kepuasan informasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas informasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan informasi. Hal demikian menunjukkan bahwa mayoritas pengikut akun Instagram @garudarevolution.football menilai informasi yang disajikan akurat, tidak bias, serta mencerminkan realitas yang sesungguhnya, sehingga berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan informasi.

Penelitian ini berlandaskan pada teori *Uses and Gratification* yang mengacu pada peran aktif audiens dalam memanfaatkan media guna memenuhi kebutuhan spesifik mereka. Sebagaimana dijelaskan oleh Herbert Blumler, Elihu Katz, dan Michael Gurevitch dalam buku *Uses and Gratification Theory* (dalam Humaizi, 2020), teori ini menegaskan bahwa khalayak media atau pengguna media memiliki tanggung jawab dalam memilih saluran media yang sesuai dengan kebutuhan informasinya. Pada teori *Uses and Gratification*, bahwa setelah mendapatkan informasi yang akurat, relevan, tepat waktu, serta lengkap dari akun Instagram @garudarevolution.football bisa memenuhi motif informasi yang diperlukan oleh pengikut akun Instagram @garudarevolution.football.

4.6.3 Pengaruh Terpaan Konten dan Kualitas Informasi Akun Instagram @garudarevolution.football terhadap Kepuasan Informasi Timnas Sepak Bola Indonesia pada Followers

Hasil uji simultan membuktikan bahwa terpaan konten dan kualitas informasi secara bersama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan informasi dengan $0,1\% < 5\%$ serta $f_{hitung} 74,076 > 3,09 f_{tabel}$, dengan demikian hipotesis terpaan konten dan kualitas informasi (H3) diterima yang artinya terdapat pengaruh terpaan konten dan kualitas informasi akun Instagram @garudarevolution.football terhadap kepuasan informasi Timnas sepak bola Indonesia. Berdasarkan nilai uji koefisien determinasi pada variabel terpaan konten dan kualitas informasi sebesar 59,6% terhadap variabel kepuasan informasi, sedangkan 40,4% dipengaruhi faktor lain. Hasil penelitian ini menjadi temuan baru sehingga bisa menunjang penelitian lain yang berhubungan dengan variabel yang telah dianalisis pada penelitian ini.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Nurhadito & Hartanto (2023) dengan judul Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi pada Akun Instagram @animolife Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers.

Penelitian ini mengidentifikasi Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang efektif guna memperoleh informasi serta mencerminkan tren peningkatan penggunaan internet guna mencari informasi. Fenomena ini sesuai dengan teori *uses and gratification*, di mana pendukung sepak bola memanfaatkan media digital, untuk mengakses informasi mengenai timnas sepak bola Indonesia. Dalam konteks ini, pengguna aktif dalam konteks ini adalah pengikutnya yang secara rutin mengunjungi akun tersebut, berinteraksi dengan konten melalui komentar serta likes, serta berbagi informasi yang mereka anggap penting. Akun Instagram @garudarevolution.football, dengan frekuensi posting yang konsisten, intensitas interaksi yang tinggi, durasi unggahan yang sesuai, serta kualitas informasi yang akurat, relevan, tepat waktu, serta lengkap, bisa memenuhi ekspektasi followers akan informasi terkini tentang timnas. Penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi dari elemen-elemen tersebut secara signifikan berkontribusi pada kepuasan informasi yang dirasakan oleh pengikutnya, yang pada gilirannya meningkatkan keterlibatan serta loyalitas mereka terhadap akun tersebut. Maka, hasil penelitian ini memperkuat pemahaman tentang bagaimana elemen-elemen terapan konten dalam teori Uses and Gratification berperan penting dalam menciptakan kepuasan informasi dan keterikatan followers terhadap timnas sepak bola Indonesia, serta menyoroti pentingnya strategi konten yang efektif dalam media sosial.

Analisis menunjukkan bahwa akun Instagram @garudarevolution.football menjadi pilihan utama pengikutnya dibandingkan dengan akun sejenis yakni seperti akun Instagram @garuda.futball, @faktabolagaruda. Keunggulan akun Instagram @garudarevolution.football terletak pada kemampuan untuk memenuhi kebutuhan informasi lewat kualitas informasi serta varian sajian informasi timnas sepak bola Indonesia. Sebagai akun informasi terbesar menunjukkan bahwa akun Instagram @garudarevolution.football menjadi sebagai sumber informasi yang paling dipercaya.



BAB V

PENUTUP

Pada bab ini memaparkan kesimpulan serta saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti mengenai “Pengaruh Terpaan Konten dan Kualitas Informasi Akun Instagram @garudarevolution.football Terhadap Kepuasan Informasi Timnas Sepak Bola Indonesia Pada *Followers*”.

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang telah didapat merujuk pada hasil penelitian mengenai “Pengaruh Terpaan Konten dan Kualitas Informasi Akun Instagram @garudarevolution.football Terhadap Kepuasan Informasi Timnas Sepak Bola Indonesia Pada *Followers*” yakni meliputi:

1. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel terpaan konten (X1) secara parsial memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan informasi (Y). Sehingga bisa dikatakan H1 diterima yang mengkonfirmasi terdapat pengaruh positif antara terpaan konten terhadap kepuasan informasi. Hasilnya penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan terpaan konten berbanding lurus dengan kepuasan informasi, artinya semakin terpapar dengan konten, maka kepuasannya terhadap informasi yang diterima juga akan meningkat.
2. Berdasarkan hasil dari penelitian ini mengkonfirmasi bahwa terdapat pengaruh kualitas informasi (X2) secara parsial yang signifikan terhadap kepuasan informasi (Y). Sehingga bisa dikatakan H2 diterima yang menunjukkan bahwa peningkatan kualitas informasi secara positif

berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan informasi, yang artinya semakin baik kualitas informasinya maka semakin puas informasi yang diterima, dengan tingkat pengaruh yang tergolong kuat.

3. Dari hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel terpaan konten dan kualitas informasi secara bersama berpengaruh positif terhadap kepuasan informasi. Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa pengaruh terpaan konten dan kualitas informasi memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kepuasan informasi.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Merujuk pada hasil penelitian ini, beberapa keterbatasan dalam penelitian ini meliputi hal-hal berikut:

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam pengumpulan data sebab hanya menggunakan kuesioner digital lewat *google form* tanpa interaksi langsung dengan responden, sehingga data yang diperoleh terbatas pada jawaban kuesioner.
2. Keterbatasan pengumpulan data yang didapat menggunakan kuesioner dengan jumlah hanya 100 responden *followers* akun Instagram @garudarevolution.football. Ukuran sampel yang kecil bisa memengaruhi generalisasi temuan penelitian ke audiens yang luas.
3. Penelitian ini dilaksanakan dalam rentang waktu yang terbatas, maka data yang dikumpulkan hanya mencerminkan kondisi serta perilaku responden dalam periode waktu tertentu. Sehingga bisa menyebabkan hasil penelitian

kurang merepresentasikan perubahan tren atau dinamika penggunaan media untuk jangka panjang.

5.3 Saran

Merujuk dari hasil penelitian ini yang diperoleh, berikut saran yang bisa penulis ajukan:

1. Untuk peneliti berikutnya bisa menambahkan pembaharuan dalam penelitian ini, seperti pembaharuan variabel penelitian, teori yang digunakan, serta metode analisis data guna memperoleh temuan penelitian selanjutnya bisa lebih baik serta beragam.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini, konten yang diunggah oleh pengelola akun Instagram @garudarevolution.football memiliki kategori nilai yang cukup baik, namun diharapkan pengelola akun tersebut meningkatkan lagi dalam membuat konten dengan gaya komunikasi yang mudah dimengerti agar bisa meningkatkan daya tarik akun serta mendorong keterlibatan pengguna.
3. Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa mendorong masyarakat untuk lebih bijak dalam memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi. Salah satunya dengan memastikan kredibilitas akun atau platform yang digunakan, maka masyarakat bisa mengurangi risiko dalam menerima informasi yang tidak valid serta menyesatkan, sehingga penggunaan media sosial bisa lebih efektif dalam membantu proses komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, S. K. (2014). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Edisi Revi). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Humaizi, M. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. Medan: USU Press.

Nurudin. (2019). *Sistem Komunikasi Indonesia*. Depok: Rajawali Pers.

Nurudin. (2020). *Komunikasi di Era Digital: Analisis Media Sosial Instagram*. Depok: Rajawali Pers.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumber Jurnal

Andika, R. A. (2023). *Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram @JakOnline01 Terhadap Kepuasan Pengguna Dalam Mendapatkan Informasi Tentang Persija*. Jakarta. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/79998>

Apriani, A. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kualitas Informasi Akun Instagram @Magangupdate Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Magang Followers. *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(06), 2403–2417. <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i06.1029>

Basarah, F. F., & Romaria, G. (2020). Perancangan Konten Edukatif Di Media

Sosial. *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)*, 5(2), 22.
<https://doi.org/10.22441/jam.2020.v5.i2.006>

Desriana, Y., Jurusan, B., Bahasa, P., Fakultas Bahasa, J., Seni, D., William, J., Ps, I. V, Baru, K., Percut, K., Tuan, S., & Serdang, K. D. (2024). Analisis Penyebaran Hoax Di Media Sosial Dan Dampaknya Terhadap Masyarakat. *Bahasa Dan Budaya*, 3(2), 252–258. <https://doi.org/10.55606/jpbb.v3i2.3201>

Dora Candra Dewi Ismaya Damayanti Masduki Yogi Muhammad Yusuf Charisma Asri Fitrananda Syahdan Bulkis Fikri Akbar Moh Syahriar Sugandi Sri Hartati, R. M. (2024). *PEMAHAMAN KOMUNIKASI: Mengartikan Pesan Dengan Tepat*.

Fathurahman, A., Warneri, & Buwono, S. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @berbaginasi_ptk dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di Kota Pontianak. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 11(8), 797. <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i8.56761>

Galih, firmas D., Susanto, B., & Farida. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Likuiditas terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Memperoleh Sustainability Reporting Award (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di ASRRAT dan SRA Tahun 2015-2020). *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 885–905. <https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/7501>

Hasan, K., Utami, A., Eni, S., Izzah, N., & Cahya Ramadhan, S. (2023). Komunikasi Di Era Digital: Analisis Media Konvensional Vs New Media Pada Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh

- Angkatan 2021. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 2(1), 56–63.
<https://doi.org/10.47431/jkp.v2i1.302>
- Mansyur, A. R. (2021). *Jurnal Public Corner Fisip Universitas Wiraraja. Issn, 16*, 38–48.
- Maulana, Z. A. (2022). *Konsep filsafat positivisme perspektif auguste comte*. 7(3), 31–40.
- Miftakhudin, K. (2024). *Instagram pada Akun IG. KAHFI Sebagai Media Dakwah*. 4.
- Ni'matul Rohmah, N. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification). *Al-I'lam; Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16.
- Nisrina Fajari, & Diana Khuntari. (2023). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers @Wonosobozone. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 3(2), 42–55.
<https://doi.org/10.55606/juitik.v3i2.475>
- Rina Astriani, & Rani Puspita. (2023). Pengaruh Terpaan Akun @Motomobitv Terhadap Kepuasan Followers Dalam Memperoleh Informasi Otomotif. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 2(3), 05–12.
<https://doi.org/10.56127/jushpen.v2i3.1009>
- Supriyano. (2023). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Klub Internal Persebaya Instagram Social Media As Persebaya's Internal Club Information Media Supriyono Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia, 2(1).

<https://doi.org/10.59031/jpbmi.v2i1.295>

Timur, A. J. L. P., Jupriyono, D., & Hakim, L. (2021). Etika Penggunaan Instagram Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya Dalam Bermedia Sosial.

RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi, 01(01), 1.

<https://aksiologi.org/index.php/relasi/article/view/129/56>.

Sumber Skripsi

Yaqin, M. F. A. (2023). *Pengaruh Motif Penggunaan Media Terhadap Tingkat Kepuasan Informasi Subscriber Pada Channel Youtube Satu*.

Sumber Website

Digital 2024 - We Are Social Indonesia. (n.d.). Retrieved March 16, 2025, from

<https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>

