

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*
@DISKOMINFOMEDAN TERHADAP PEMENUHAN
INFORMASI *FOLLOWERS***

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

AYU LOVINA BARIMBING

228530053

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2026

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 29/7/26

Access From (repositori.uma.ac.id)29/7/26

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*

@DISKOMINFOMEDAN TERHADAP PEMENUHAN

INFORMASI *FOLLOWERS*

SKRIPSI



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2026

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 29/7/26

Access From (repositori.uma.ac.id)29/7/26

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*

@DISKOMINFOMEDAN TERHADAP PEMENUHAN

INFORMASI *FOLLOWERS*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu

Politik Universitas Medan Area

OLEH :

AYU LOVINA BARIMBING

228530053

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2026

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 29/7/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repositori.uma.ac.id)29/7/26

LEMBAR PENGESAHAN

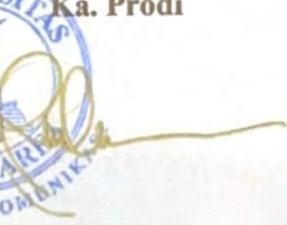
NAMA : AYU LOVINA BARIMBING
NPM : 228530053
JUDUL : PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*
@DISKOMINFOMEDAN TERHADAP PEMENUHAN
INFORMASI *FOLLOWERS*



Dekan


Dr. Yurcha Anici Lubis, S.Sos. M.L.P
Dekan Fakultas Isipol

Ka. Prodi


Dr. Rehia K. Issabella Barus, Sos, M.SP
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Medan Area
Tanggal Lulus 13 Maret 2026

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 29/7/26

Access From (repositori.uma.ac.id)29/7/26

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ayu Lovina Barimbing

NPM : 228530053

Tempat, Tanggal Lahir : Sijungkat, 06 Februari 2003

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul: "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @diskominfo Medan Terhadap Pemenuhan Informasi Followers" adalah benar merupakan karya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya yang ditulis atau diterbitkan orang lain dengan karya yang sama, kecuali acuan atau kutipan dengan mengikuti tata cara penulisan karya ilmiah yang lazim berdasarkan ketentuan universitas.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dalam keadaan sadar, tanpa dipengaruhi oleh apa pun. Jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya, termasuk pencabutan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi yang nanti saya dapatkan.

Medan, Maret 2026



Ayu Lovina Barimbing

228530053

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 29/7/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)29/7/26

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS

AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ayu Lovina Barimbing
NPM : 228530053
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area. **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif** (Non-exclusive Royalti-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @diskominfo Medan Terhadap Pemenuhan Informasi Followers** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Kota Medan

Pada Tanggal : Maret 2026

Yang Menyatakan



(Ayu lovina Barimbing)

Document Accepted 29/7/26

UNIVERSITAS MEDAN AREA

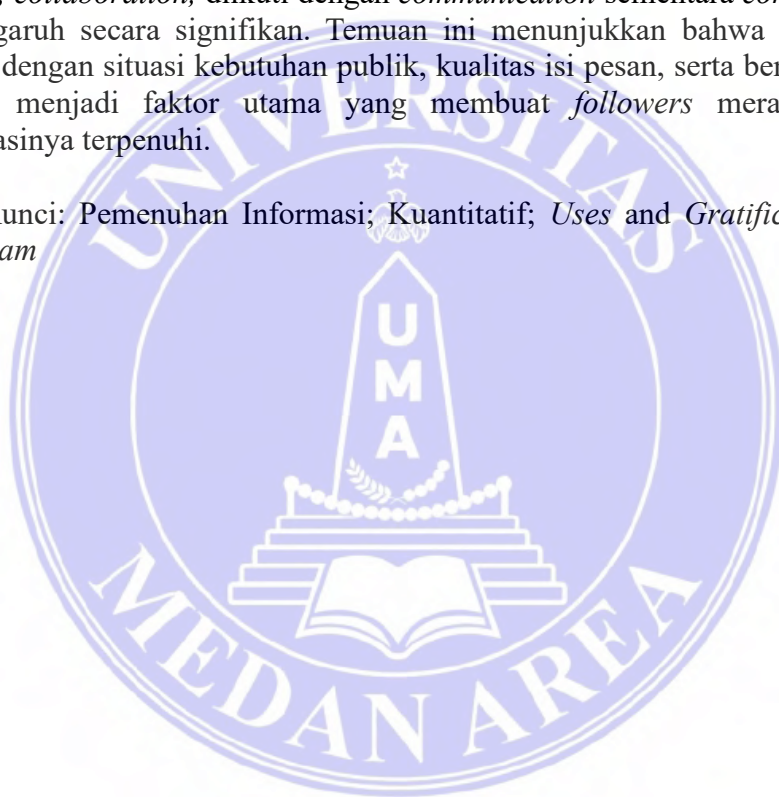
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial *Instagram* @diskominfoMedan terhadap pemenuhan informasi *followers*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan melibatkan 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada *followers* dari akun media sosial *Instagram* @diskominfoMedan dan dianalisis menggunakan uji statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial *Instagram* @diskominfoMedan berpengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan informasi *followers* sebesar 57,2% dengan nilai $t_{hitung} 11,448 > t_{table} 1,984$, sehingga H_a diterima H_o ditolak. Faktor penggunaan media sosial *Instagram* @diskominfoMedan yang paling berpengaruh adalah *context*, *collaboration*, diikuti dengan *communication* sementara *connection* tidak berpengaruh secara signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa kesesuaian isi konten dengan situasi kebutuhan publik, kualitas isi pesan, serta bentuk penyajian konten menjadi faktor utama yang membuat *followers* merasa kebutuhan informasinya terpenuhi.

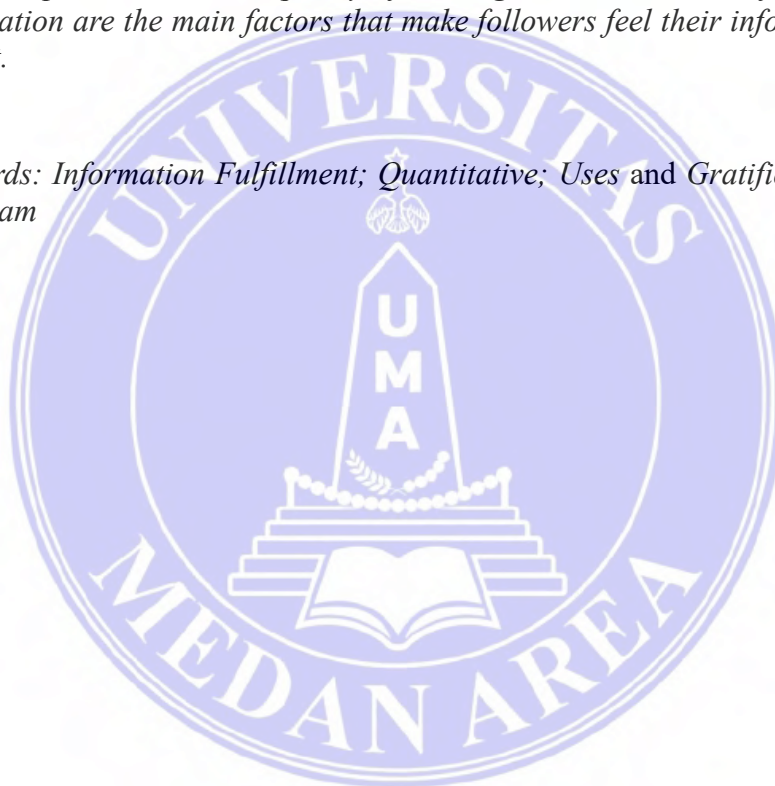
Kata Kunci: Pemenuhan Informasi; Kuantitatif; *Uses and Gratification Theory*; *Instagram*



Abstarak

This study aims to determine the effect of the use of Instagram a social media @diskominfoMedan on fulfilling followers' information needs. This study uses a quantitative approach with descriptive methods and involves 100 respondents. Data were collected through questionnaires distributed to followers of the Instagram social media account @diskominfoMedan and analyzed using statistical tests. The results showed that the use of Instagram social media @diskominfoMedan significantly influenced the fulfillment of followers' information needs by 57,2% with a calculated t values of $11,448 > t \text{ table } 1,984$, so H_a was accepted and H_o was rejected. The most influential factors in the use of Instagram social media @diskominfoMedan were context, collaboration, followed by communication while connection s had no significant effect. These findings indicate that the suitability of content to public needs, the quality of Message content, and the form of content presentation are the main factors that make followers feel their information needs are met.

Keywords: Information Fulfillment; Quantitative; Uses and Gratification Theory; Instagram



RIWAYAT HIDUP



Ayu Lovina Barimbing lahir pada tanggal 06 Februari 2003 di Sijungkat, Kecamatan Nassau. Penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara, Puti dari Bapak A.P Barimbing dan Ibu P Hutapea. Penulis mengawali jenjang Pendidikan pada tahun 2009 di Sekolah Dasar (SD) Negeri No 173610

Sijungkat, setelah lulus penulis kemudian melanjutkan Pendidikan di SMP Swasta Kartini Parsoburan dan lulus pada tahun 2018, kemudian melanjutkan Pendidikan di SMA Negeri 1 Habinsaran dan berhasil lulus pada tahun 2021. Pada tahun 2022 penulis melanjutkan Pendidikan ke jenjang perguruan tinggi di Universitas Medan Area pada Program Studi Ilmu Komunikasi.

Selama menjalani masa perkuliahan, penulis banyak mendapatkan pengalaman yang bermanfaat baik pengalaman akademik maupun non-akademik. Salah satu pengalaman berharga yang pernah diikuti oleh penulis adalah Program Kampus Mengajar Batch 8 yang merupakan bagian dari program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Penulis juga pernah melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Medan pada tahun 2025. Selain itu pada tahun 2022 – sekarang penulis juga mengikuti sebuah organisasi diluar kampus yang bernama Himpunan Muda- Mudi Kecamatan Nassau (HIMKENAS).

Dengan usaha yang kuat untuk terus belajar, penulis berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @diskominfoedan Terhadap Pemenuhan Informasi Followers”. Akhir kata, penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Tuhan Yang Maha Esa dan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat di dalam penyusunan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji dan Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala berkat dan cinta kasih -Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan seluruh rangkaian penyusunan skripsi ini yang berjudul “ Pengaruh Penggunaan Media Sosial *Instagram @diskominfo Medan* Terhadap Pemenuhan Informasi *Followers*” dengan baik. Atas karunia kesehatan, kekuatan, serta nikmat yang terus Tuhan berikan, penulis mampu menjalani setiap proses akademik dan aktivitas bermanfaat hingga tahap akhir penyusunan skripsi ini.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat akademik untuk mengikuti ujian akhir dalam rangka menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area. Atas izin dan rahmat Tuhan Yesus Kristus, serta dukungan Bapak dan Mama penyusunan skripsi ini pun telah tiba pada pungkasan akhirnya. Perjalanan yang dilalui tidaklah singkat dan penuh dengan berbagai tantangan serta hambatan. Meskipun skripsi ini telah rampung, penulis menyadari sepenuhnya bahwa karya ini jauh dari kata sempurna. Selesaiannya skripsi ini adalah wujud dari kelegaan, sekaligus tanggung jawab yang ditunaikan di bangku perkuliahan. Atas itu semua dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada nama-nama berikut:

1. Segala puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan Kasih Karunia- Nya kepada penulis dari awal perkuliahan dan sampai ditahap ini penyusunan skripsi telah selesai

penulis selalu dalam lindungannya dan selalu diberi kekuatan dalam menghadapi segala tantangan yang peneliti alami selama perkuliahan ini

2. Kepada orangtua penulis yang merupakan orang pertama yang penulis cintai dan sayangi di dunia ini, yang penulis sebut dengan panggilan bapak dan oma “mama”. Terimakasih atas doa, cinta, kasih sayang, perhatian yang selalu tumpahruah serta setiap pengorbanan yang tidak henti hentinya penulis terima. Terimakasih telah menjadi sumber kekuatan, motivasi bagi penulis, yang terus mendorong dan selalu memberikan materi dan support untuk tidak menyerah bahkan disaat segalanya terasa berat. Tanpa kehadiran, serta pengorbanan kalian, mungkin langkah kecil ini takkan pernah sampai sejauh ini. Terimakasih sudah menjadi orang tua hebat untuk putri kecil kalian ini.
3. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng., M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
4. Bapak Dr. Yurial Arief Lubis, S.Sos., M.IP, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
5. Ibu Rehia K. Isabella Barus, S.Sos., M.SP, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus penguji pada skripsi yang penulis buat.
6. Ibu Agnita Yolanda B.Comm., M.Sc, selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah berkenan untuk mencurahkan waktu, motivasi, memberikan saran, nasihat serta selalu bertanya dan memberikan pesan-pesan positif dan penyemangat yang membuat semangat penulis terpacu. Sehingga penulis dapat menuntaskan penelitian skripsi ini tepat waktu. Terimakasih atas bimbingannya, Ibu.

7. Kepada saudara kandung penulis Martina Yosefa Barimbing, Bornok Putra Palentino Barimbing, dan Clinton Barimbing. Terimakasih penulis ucapkan untuk segala bentuk perhatian, dukungan serta doanya sehingga penulis bisa sampai pada titik ini. Terkhusus penulis ucapkan terimakasih kepada kakak martina Yosefa Barimbing yang telah menjadi tempat berbagi keluh kesah dan banyak membantu penulis dalam keadaan sulit. Serta untuk kedua adik kecil penulis Uccok balga (Bornok) dan Pudan (Clinton) terimakasih sudah menjadi *support system* dan penghibur disaat penulis merasa lelah dan penat.
8. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, serta pendampingan akademik selama penulis menempuh pendidikan. Ucapan terima kasih juga disampaikan secara khusus kepada seluruh pegawai tata usaha Program Studi Ilmu Komunikasi yang senantiasa membantu kelancaran proses administrasi skripsi penulis.
9. Bapak Dr. Syafruddin Ritonga, M.AP dan Ibu Ilma Saakinah Tamsil, SIKom, MIKom selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis, yang selalu memberikan arahan, motivasi, serta pendampingan dengan sikap ramah dan penuh perhatian selama penulis menjalani masa perkuliahan hingga dapat menyelesaikan studi dengan baik.
10. Terimakasih juga penulis ucapkan kepada diri sendiri Ayu Lovina Barimbing. Terimakasih karena tidak pernah berhenti untuk terus belajar dan berusaha. Terimakasih untuk tidak pernah menyerah hingga saatnya

bisa sampai di titik ini Walaupun Lelah, capek dan air mata selalu memersamai perjalanan selama 3,5 tahun ini itu adalah proses yang harus dihadapi dalam bertumbuh dan akhirnya tugas akhir ini diselesaikan. Semoga setiap hal yang diperoleh selama ini bisa menjadi pembelajaran yang berharga yang akan membawa perubahan perubahan kecil dan besar kedepannya, serta menjadi pengingat untuk terus melangkah maju kedepan tanpa rasa takut dan cemas tetapi selalu optimis dan berjiwa kuat.

11. Rekan-rekan seperjuangan kelas A1, yang telah berjalan bersama penulis, berbagi pengalaman, suka duka, memori baik serta memberikan banyak pembelajaran berharga selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Medan Area.
12. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada keluarga satu kos yang telah memberikan dukungan, semangat, serta kebersamaan selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran mereka menjadi salah satu sumber motivasi bagi penulis untuk tetap semangat dalam menyelesaikan penelitian ini. Dukungan, bantuan, serta kebersamaan yang terjalin selama ini memberikan banyak kenangan dan pengalaman berharga bagi penulis.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Batasan Masalah	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.5.2 Manfaat Akademis.....	10
1.5.3 Manfaat Praktis	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kerangka Teoritis.....	11
2.1.1 <i>Uses and gratification Theory</i>	11
2.1.2 Media Baru	14
2.1.3 Media Sosial.....	18
2.1.4 <i>Instagram</i>	25

2.1.5	<i>Instagram @diskominfoMedan</i>	27
2.2	Komunikasi Pemerintahan	28
2.3	Pemenuhan Informasi	30
2.4	Penelitian Terdahulu	33
2.5	Kerangka Berpikir	39
2.6	Hipotesis Penelitian	40
BAB III		41
METODE PENELITIAN		41
3.1	Metode Penelitian	41
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	42
3.2.1	Lokasi	42
3.2.2	Waktu Penelitian	42
3.3	Populasi dan Sampel	43
3.3.1	Populasi	43
3.3.2	Sampel	43
3.4	Instrumen Pengumpulan Data	45
3.5	Defenisi Operasional	45
3.6	Skala Pengukuran Variabel	46
3.7	Metode Pengumpulan Data	49
3.7.1	Data Primer	49
3.7.2	Data Sekunder	49
3.8	Uji Instrumen Penelitian	49
3.8.1	Uji Validitas	49
3.8.2	Uji Realibilitas	50
3.9	Teknik Pengolahan Data	50
3.9.1	Analisis Tabel Tunggal	50
3.9.2	Uji Regresi Linier Sederhana	50

3.10 Uji Hipotesis	51
3.10.1 Uji Parsial (T).....	51
3.10.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	52
BAB IV	53
PEMBAHASAN	53
4.1 Hasil Penelitian.....	53
4.1.1 Karakteristik Deskriptif Responden	53
4.1.2 Analisis Tabel Tunggal	56
4.2.1 Uji Validitas	68
4.2.2 Uji Reabilitas	70
4.2.3 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	71
4.3 Pengujian Hipotesis	72
4.3.1 Uji Parsial (t)	72
4.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	73
4.4 Analisi Faktor <i>Instagram @diskominfoMedan</i> dalam mempengaruhi Pemenuhan Informasi <i>Followers</i>.....	74
4.5 PEMBAHASAN	76
BAB V	77
KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Platform media sosial DISKOMINFO Medan	7
Tabel 2. 1 Perbedaan media lama dan media baru	15
Tabel 2. 2 Penelitian terdahulu	33
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....	42
Tabel 3. 2 Defenisi Operasional.....	45
Tabel 3. 3 Skala Pengukuran.....	47
Tabel 3. 4 Kelas Interval.....	48
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	43
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan domisili.....	54
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan	55
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	55
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan X.1.....	56
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan X.2.....	57
Tabel 4. 7 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan X.3	57
Tabel 4. 8 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan X.4	58
Tabel 4. 9 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan X.5	58
Tabel 4. 10 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan X.6.....	59
Tabel 4. 11 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan X.7	59
Tabel 4. 12 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan X.8.....	60
Tabel 4. 13 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan X.9.....	60
Tabel 4. 14 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan X.10.....	61
Tabel 4. 15 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan X.11	61
Tabel 4. 16 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan X.12	62

Tabel 4. 17 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan Y.1	62
Tabel 4. 18 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan Y.2	63
Tabel 4. 19 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan Y.3	63
Tabel 4. 20 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan Y.4	64
Tabel 4. 21 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan Y.5	64
Tabel 4. 22 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan Y.6	65
Tabel 4. 23 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan Y.7	65
Tabel 4. 24 awaban Responden Terhadap Butir Pernyataan Y.8	66
Tabel 4. 25 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan Y.9	66
Tabel 4. 26 jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan Y.10	67
Tabel 4. 27 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan Y.11.....	67
Tabel 4. 28 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan Y.12	68
Tabel 4. 29 Hasil uji validitas	69
Tabel 4. 30 Hasil uji reabilitas.....	70
Tabel 4. 31 Hasil uji Regresi Linear Sederhana	71
Tabel 4. 32 hail uji parsial t	73
Tabel 4. 33 Hasil uji koefisien determinasi	74
Tabel 4. 34 Analisis faktor yang paling berpengaruh	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Akun <i>Instagram</i> @diskominfoMedan	5
Gambar 2.1 Model <i>Uses and gratification</i> Theory	12
Gambar 2.2 <i>Uses and gratification</i> Sosial Media Model.....	13
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	39



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada saat ini merupakan salah satu fenomena yang sangat berpengaruh dalam kehidupan manusia. Dengan adanya teknologi tersebut tugas- tugas manusia banyak yang terbantu. Teknologi ini memudahkan manusia berkomunikasi, berinteraksi dan mengakses informasi secara signifikan. Seperti yang dikemukakan McLuhan dalam (Sutrisno & Mayangsari, 2021) *“Technology has changed the way we communicate”* yang berarti bahwa teknologi lah yang merubah cara kita (manusia) berkomunikasi.

Dengan memanfaatkan teknologi, proses komunikasi bisa lebih mudah di laksanakan meskipun dalam jarak yang jauh. Saat ini manusia sangat bergantung kepada teknologi seperti internet, media sosial dan perangkat gadget. Sebagian besar dari waktu kita dihabiskan untuk mengakses internet untuk mencari informasi atau hanya untuk mencari hiburan semata (Fajriah & Ningsih , 2024)



Sumber : we are sosial, 202

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet Indonesia

Berdasarkan data *we are social* 2025, jumlah koneksi aktif di Indonesia mencapai 356 juta, melampaui total populasi Indonesia dan setara dengan 120%. Adapun orang yang menggunakan internet di Indonesia pada awal tahun 2025 yaitu sebanyak 212 juta, dengan persentase daring mencapai 74,6%. Indonesia menjadi rumah bagi 143 juta identitas pengguna setara dengan 50,2% dari total populasi yang ada di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk Indonesia telah beralih dari media konvensional ke media baru (*new media*).

Di era digital seperti sekarang, media sosial telah berkembang menjadi salah satu sarana utama yang digunakan masyarakat untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi publik. Kehadirannya membuat proses penyampaian informasi menjadi lebih cepat, mudah diakses, dan menjangkau banyak orang dalam waktu singkat. Tidak hanya digunakan untuk berinteraksi secara pribadi, media sosial juga dimanfaatkan sebagai ruang untuk berbagi pengetahuan, mengikuti perkembangan berita, hingga membangun hubungan sosial secara luas.

Media sosial sendiri merupakan sebuah *platform* yang memungkinkan penggunanya untuk berpartisipasi aktif dan terlibat dalam interaksi dua arah. Melalui *platform* ini, pengguna dapat mengakses dan membagikan berbagai jenis konten, seperti informasi, foto, video, serta beragam aktivitas sosial lainnya. Hal ini membuat media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sumber informasi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat.

Banyak instansi pemerintah di Indonesia yang memanfaatkan *platform-platform* media sosial seperti *Tiktok*, *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram* untuk membagikan informasi. Penggunaan media sosial di instansi pemerintah dianggap efektif dalam membagikan informasi karena internet mempunyai kecepatan akses dan mempunyai jangkauan yang luas.

Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat baik itu orang tua, remaja dan anak-anak. Pada bulan Januari 2025, terdapat 92.603.500 pengguna *Instagram* di Indonesia atau sekitar 32,5% dari total populasi berdasarkan data NapoleonCat, 2025. *Instagram* adalah aplikasi media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi video, foto, dan membagikannya ke berbagai *platform* media sosial lainnya. Unggahan yang dipublikasikan akan muncul pada beranda orang yang mengikuti akun *Instagram* tersebut. Selain itu, *Instagram* memiliki fungsi lain yaitu, dapat digunakan untuk saling berinteraksi bagi sesama pengguna *Instagram*, pencarian dan sebagai media untuk berbagi informasi dan pengetahuan (Sarioh & Jannah, 2024)

Diskominfo adalah organisasi pemerintah kota Medan yang dibentuk berdasarkan peraturan daerah kota Medan No. 3 Tahun 2009 tentang pembentukan organisasi dan tata kerja perangkat daerah kota Medan dan peraturan daerah kota Medan no. 2 tahun 2011 tentang perubahan atas peraturan daerah kota Medan no. 3 tahun 2009 tentang pembentukan organisasi dan tata kerja perangkat daerah kota Medan. dan peraturan wali kota Medan nomor 35 tahun 2019 tentang rincian tugas dan fungsi dinas komunikasi dan informatika kota Medan.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan oleh pemerintah kota Medan dalam membagikan informasi kepada masyarakat. Akun @diskominfoMedan merupakan media komunikasi digital resmi milik Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) kota Medan, yang berfungsi sebagai saluran informasi publik berbasis media sosial. Akun ini berperan dalam mendukung transparansi, keterbukaan informasi, dan partisipasi masyarakat, sejalan dengan amanat undang-undang nomor 14 Tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik.

Namun pada tanggal 8 Januari 2025 dinas komunikasi dan informatika (kominfo) kota Medan menjalani gugatan sengketa informasi publik. Dimana salah satu masyarakat mengajukan gugatan atas dugaan tidak terpenuhinya hak atas informasi publik yang diminta kepada atasan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Kominfo Medan. Hal ini menjadi sorotan masyarakat Medan yang mengharapkan adanya transparansi dalam memberikan dan menyebarkan informasi kepada masyarakat luas dari pemerintah daerah. Akun pemerintah seringkali bersifat satu arah dimana informasi disebar tapi jarang menanggapi publik. Hal ini menimbulkan pertanyaan apakah *followers* benar-benar merasa kebutuhan informasinya terpenuhi atau sekedar menjadi penerima pasif.



Sumber : Instagram @diskominfoMedan, 2025

Gambar 1.2 Akun Instagram @diskominfoMedan

Pertanggal 12 oktober 2025 akun *Instagram* an @diskominfoMedan memiliki *followers* sebanyak 20.000 orang, dengan 9252 postingan berupa foto, rels, video dll. Akun *Instagram* @diskominfoMedan dikelola oleh 2 orang ASN diskominfo Medan yang dimana akun *Instagram* dikelola oleh divisi statistic dan informasi publik. Setiap harinya *Instagram* diskominfoMedan akan meng *up upload* 1 atau 2 postingan. Untuk waktu membuat postingan tidak ada waktu spesifik jika pada malam hari ada yang perlu di posting maka akun *Instagram* diskominfo Medan akan *online*. Akun *Instagram* @diskominfoMedan mempunyai bermacam macam sorotan yang dikelompokkan menjadi beberapa bagian seperti: capain, komunitas, yuk ngonten, ruangn informasi, Medan terkini, SOP, Dara *the explore*, berita sepekan, dongeng sikomin, tau klen we, poscast, kawan, memanusiakan dengan adanya sorotan tersebut bisa memudahkan orang- orang terutama pengikut dari akun tersebut untuk mencari informasi yang butuhkan.

Disetiap postingnya akun *Instagram* @diskominfoMedan ini selalu menyertakan caption yang menjelaskan keseluruhan isi dari foto atau video yang mereka unggah di *Instagram* selain itu akun *Instagram* dinas komunikasi dan informatika kota Medan ini juga selalu membuat hastag- hastag yang berkaitan dengan postingan mereka, dengan adanya hestag ini memudahkan orang- orang untuk mencari informasi – informasi yang saling berkaitan atau informasi dengan tema ya sama.

Pada akun *Instagram* nya dinas komunikasi dan informatika sering membagikan konten seputar pemerintah kota Medan dan aktivitas- aktivitas yang dilakukan oleh diskominfo. Akun *Instagram* diskominfo juga sering memunculkan konten dengan berbagai tema seperti media digital, literasi digital, pelayanan publik berbasis (*information and communication technology*) ICT, informasi UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah), membagika informasi seputar harga bahan pokok dan informasi- informasi menarik lainnya.

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan memiliki beberapa akun resmi di beberapa *platform* media sosial, dimana media sosial *Instagram* lah yang memiliki *followers* paling banyak dibandingkan media sosial lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa Sebagian besar masyarakat Medan lebih aktif mengakses media sosial instgram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan dibandingkan dengan media sosial resmi pemerintah kota medan lainnya.

Tabel 1. 1 Platform media sosial DISKOMINFO Medan

Jenis Media Sosial	<i>Followers</i>
<i>Instagram</i>	20.000
<i>Twitter (X)</i>	2.510
<i>Facebook</i>	4,3 ribu
<i>Tik-Tok</i>	3.974
<i>Youtube</i>	1,2 ribu

Beberapa penelitian akun media sosial *Instagram* terhadap pemenuhan informasi sebenarnya telah banyak diteliti sebelumnya. Seperti pada penelitian “pengaruh penggunaan media sosial *Instagram* @humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*” (Sutrisnio & Mayangsari, 2021) dimana penelitian ini menunjukkan media sosial *Instagram* berpengaruh terhadap pemenuhan informasi pemenuhan kebutuhan informasi dibuktikan dengan uji hipotesis menggunakan uji t melalui SPSS diperoleh nilai t hitung $\geq$ t tabel ($15,002 \geq 1.984$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Telah dibuktikan juga melalui uji koefisien determinasi bahwa penggunaan media sosial *Instagram* @humasbdg memberikan nilai kontribusi sebesar 69,72% terhadap kebutuhan informasi *followers* sedangkan sisanya sebesar 29,28% merupakan kontribusi pengaruh dari variabel lain.

Penelitian lain yang digunakan yaitu “penggunaan media sosial @collegemenfess terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mengenai perkuliahan bagi *followers*” penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang disebarkan menggunakan teknik random sampling

sebanyak 100 dari 1,2 juta *followers* @collegemenfess. Hasil analisis data melalui perhitungan SPSS v29 dalam penelitian ini dilihat dari perolehan hasil uji t dimana nilai t hitung $>$ t tabel ($9,538 > 1,924$) dengan Sig. 0,001 serta R Square sebesar 48,1% yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan mengenai penggunaan media sosial @collegemenfess terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi *followers* (Anggraeni & Mardiana, 2025).

Berdasarkan uraian penelitian terdahulu di atas dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Baik akun *Instagram* institusi pemerintah seperti @humasbdg maupun akun *Twitter* sebuah komunitas seperti @collegmenfes, terbukti mampu menjadi sumber informasi yang efektif bagi *followers*. Hasil uji statistik pada kedua penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna *Instagram* dan *Twitter* berkontribusi cukup besar dalam memenuhi kebutuhan informasi, meskipun besarnya pengaruh berbeda-beda. Hal ini menegaskan bahwa *Instagram* dan *Twitter* tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan saja, tetapi juga berperan penting sebagai sarana penyampaian informasi yang relevan, cepat, dan mudah diakses.

Teori yang akan peneliti gunakan pada penelitian ini yaitu teori *uses and gratification* dimana teori U&G merupakan teori yang beranggapan bahwa khalayak atau pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan suatu media. Khalayak berusaha untuk mencari sumber media yang terbaik di dalam usaha untuk memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. Hal ini juga yang mendasari peneliti

dalam menggunakan pengikut dari akun *Instagram* @diskominfo Medan selaku orang yang memanfaatkan media, serta mereka yang mempunyai tujuan untuk melakukan pemenuhan atas keperluan informasinya dengan cara mengikuti *Instagram* @diskominfoMedan untuk menjadi subjek penelitian.

Setelah mencermati hasil observasi dan memahami hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti tertarik untuk mengkaji ada tidaknya pengaruh akun media sosial *Instagram* @diskominfoMedan terhadap pemenuhan informasi *followers* kota Medan.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh akun *Instagram* @diskominfoMedan terhadap pemenuhan informasi bagi masyarakat Medan?
2. Faktor mana yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap pemenuhan informasi masyarakat Medan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah akun media sosial *instagram* @diskominfoMedan berpengaruh terhadap pemenuhan informasi *followers*.
2. Untuk mengetahui faktor mana saja yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap pemenuhan informasi *followers*.

1.4 Batasan Masalah

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui “ Pengaruh Penggunaan akun media sosial *Instagram* @diskominfoMedan Terhadap Pemenuhan Informasi Masyarakat Medan”.

Penelitian ini memiliki batasan yang bertujuan sebagai pembahasan pada pokok permasalahan penelitian. Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah masyarakat Medan yang merupakan *followers* (pengikut) akun *Instagram* Dinas Kominfo Medan dari usia 17-50 tahun

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini diharapkan dapat diperoleh sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teori maka hasil dari penelitian dapat meningkatkan pengetahuan dalam ilmu komunikasi yang bersifat teori, terkhusus dalam kajian pengaruh media sosial *Instagram* @diskominfoMedan terhadap pemenuhan informasi.

1.5.2 Manfaat Akademis

Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat menambahkan kajian tentang komunikasi dalam kajian pengaruh media sosial *Instagram* @diskominfoMedan terhadap pemenuhan informasi. Penelitian ini dapat dimanfaatkan Program Studi Ilmu Komunikasi, untuk meningkatkan dan melengkapi penelitian, referensi, dan sumber bacaan yang ada.

1.5.3 Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada berbagai pihak terkait kajian pengaruh media sosial *Instagram* @diskominfoMedan terhadap pemenuhan informasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

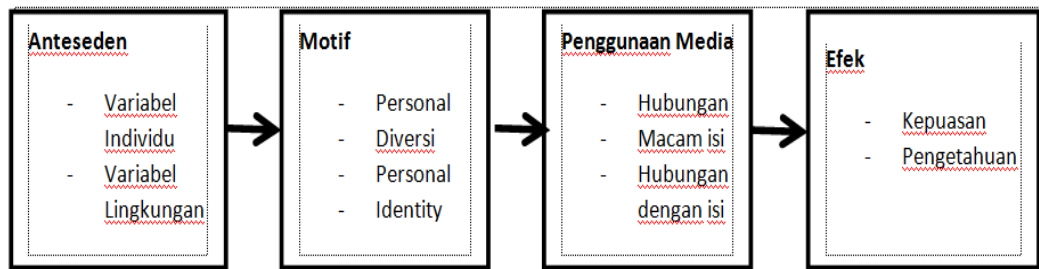
2.1 Kerangka Teoritis

2.1.1 *Uses and gratification Theory*

Teori *Uses and gratifications (U&G)* merupakan suatu pendekatan dalam kajian komunikasi yang berfokus pada alasan di balik pemilihan media oleh individu serta bagaimana media tersebut dapat memenuhi kebutuhan atau kepuasan mereka. Elihu Katz, Jay G Blumler, dan Michael Gurevitch adalah ilmuwan yang pertama sekali mengembangkan teori kegunaan dan kepuasan pada tahun 1974 dalam karyanya yang bertema "*The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research*" karena ilmuwan merasa manusia memiliki kemampuan psikologi dan sosial untuk menentukan apa yang mereka inginkan (Wakas & Wulage, 2021). Teori ini pada awalnya berfokus pada media konvensional tetapi seiring berkembangnya jaman teori ini digunakan sebagai titik awal penelitian terhadap khalayak yang aktif menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhannya.

Lariscy, Tinkham, & Sweetser dalam (Saputra, 2019) mengatakan bahwa teori *uses and gratifications* yang berakar pada literatur komunikasi, dapat menjadi bagian integral dari pengembangan skala dan instrumen pengukuran yang lebih baik untuk penelitian media sosial. Prinsipnya bahwa individu memperoleh kepuasan tertinggi dalam memanfaatkan media sosial. Teori *uses and gratification* meneliti bagaimana penggunaan media sebagai sarana dalam memenuhi kebutuhan khalayak (Priana & at.al, 2022). Pengguna media berusaha mengidentifikasi media

mana yang akan digunakan untuk mengakses berbagai informasi seperti *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, *Tiktok* dan sebagainya.



Sumber : <https://beautyofcommunication.blogspot.com/2015/03/penelitian-teori-kegunaan-dan.html>

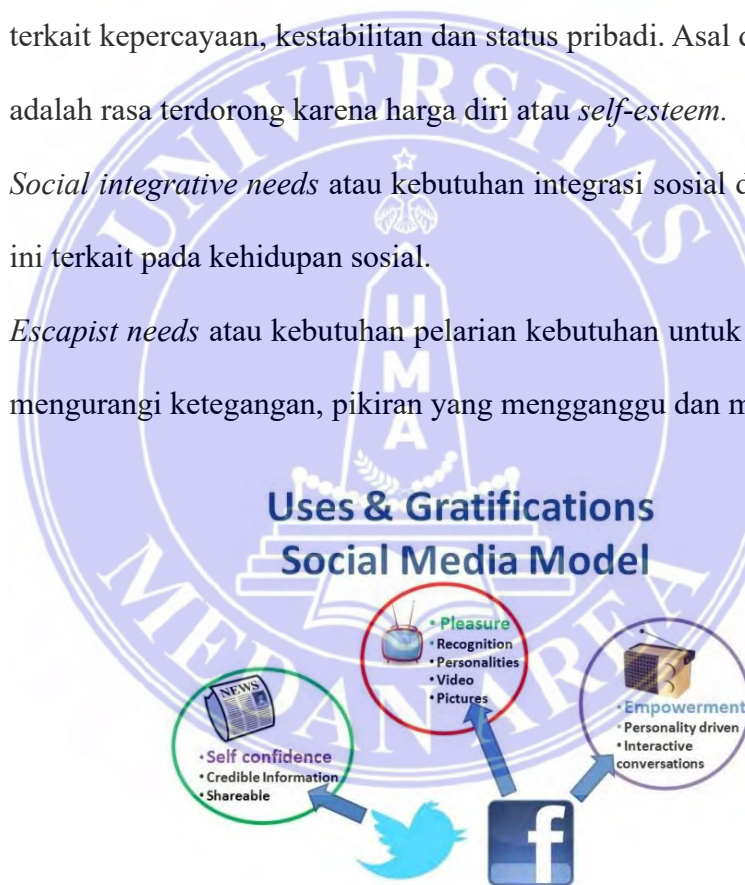
Gambar 2.1 Model Uses and Gratification Theory

Griffin dalam (H, Ashri, & Irwansyah, 2021) mengatakan bahwa ada beberapa *typology* (kelompok klasifikasi) yang menggambarkan hubungan antara audiens dengan media menurut *teori uses and gratification* yaitu sebagai berikut:

1. *Passing time* sebagai upaya untuk mengisi waktu luang.
2. *Companionship* untuk mendapatkan teman atau partner yang baru.
3. *Escape* untuk memiliki waktu sendiri dan melarikan diri dari tekanan masalah.
4. *Enjoyment* untuk mendapatkan sesuatu yang menyenangkan.
5. *Social interaction* untuk menciptakan hubungan dengan orang lain.
6. *Relaxcation* sebagai tempat untuk relaksasi, membuat diri menjadi lebih santai.
7. *Information* untuk menggali informasi atau membuat audiens tetap *up-to-date*.
8. *Exientement* untuk mendapatkan sensasi lain yang bersifat menyenangkan.

Menurut teori *uses and gratification*, dalam mencapai tujuan, para pemakai media sosial dengan terencana memakai media tersebut agar tujuannya tercapai Effendy dalam (Khansa & Putri, 2021) yaitu:

1. *Cognitive needs* atau kebutuhan kognitif hal ini berhubungan dengan pemahaman, pengetahuan atau informasi. Ini berdasarkan atas keinginan mengendalikan untuk mengerti lingkungan, atau memenuhi keinginan yang memicu kita untuk menyelidiki.
2. *Affective needs* atau kebutuhan afektif adalah sesuatu hal yang berkaitan yaitu antara kebutuhan pengalaman keindahan, emosional, dan kesenangan.
3. *Personal integrative needs* atau kebutuhan integrasi pribadi kebutuhan ini terkait kepercayaan, kestabilan dan status pribadi. Asal dari kebutuhan ini adalah rasa terdorong karena harga diri atau *self-esteem*.
4. *Social integrative needs* atau kebutuhan integrasi sosial dimana kebutuhan ini terkait pada kehidupan sosial.
5. *Escapist needs* atau kebutuhan pelarian kebutuhan untuk menghindari stres, mengurangi ketegangan, pikiran yang mengganggu dan mencari hiburan.



Sumber : <https://www.slideshare.net/slideshow/uses-and-gratification-theory>

Gambar 2.2 Uses and Gratification Sosial Media Model

Teori Uses and Gratifications menekankan bahwa individu memiliki kesadaran serta pemahaman mengenai alasan, minat, dan motif mereka dalam menggunakan media. Penilaian terhadap media sepenuhnya berada di tangan

khalayak, karena hanya pengguna yang benar-benar merasakan dan memaknai pengalaman mereka ketika berinteraksi dengan media tersebut. Selain itu, media tidak menjadi satu-satunya sumber pemenuhan kebutuhan, melainkan bersaing dengan berbagai alternatif kepuasan lain dalam kehidupan individu. Teori ini juga mengakui bahwa pengguna secara aktif memilih media tertentu dengan tujuan untuk memperoleh kepuasan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. (Arifin, 2023)

Sebagaimana dikemukakan oleh Fluew (Effendy, 2023), persoalan utama dalam penggunaan dan kepuasan media bukan terletak pada sejauh mana media mengubah cara pandang maupun perilaku masyarakat, melainkan pada kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan sosial dan kebutuhan pribadi individu. Teori ini menitikberatkan pada bagaimana seseorang memanfaatkan konten media untuk memperoleh pemenuhan atas kebutuhannya, serta bagaimana media memberi pengaruh kepada khalayak yang secara sadar dan aktif menggunakannya demi mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian, media dipandang sebagai sarana yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sehingga tercapai kepuasan. Apabila kebutuhan audiens dapat dikenali dan dipahami dengan baik, maka tingkat kepuasan yang dirasakan pun akan semakin tinggi.

2.1.2 Media Baru

New media atau media baru merupakan bentuk media yang menawarkan digitalisasi dan mampu memperluas informasi kepada *audience*. Denis McQuail dalam (Habibah & Irwansyah, 2021) menyatakan media baru terdiri dari seperangkat teknologi berupa sistem transmisi yaitu kabel dan satelit, miniaturasi, penyimpanan, pencarian informasi, penyajian gambar dengan kombinasi grafik

serta sistem pengendalian komputer. Penggunaan media baru memiliki kontrol penuh atas informasi yang ditawarkan oleh internet. Media sosial dianggap sebagai salah satu media baru dilihat dari perubahan pemakaian media lama seperti televisi, radio, dan surat kabar. Media baru dan media lama memiliki perbedaan yang sangat signifikan yaitu sebagai berikut.

Tabel 2. 1 Perbedaan media lama dan media baru

Apek	Media Lama	Media baru
Teknologi	Menggunakan teknologi analog atau cetak	Menggunakan teknologi digital dan internet
Akses Informasi	Akses terbatas dan bersifat satu arah (media ke audiens)	Akses luas dan bersifat dua arah antara pengguna dan media
Interaktivitas	Rendah (audiens hanya sebagai penerima pesan)	Tinggi, audiens bisa memberi komentar, berbagi, dan membuat konten sendiri
Kecepatan penyebaran	Lambat, tergantung waktu terbit atau siaran	Sangat cepat, bisa real time dan viral dalam hitungan detik
Biaya produksi	Mahal, Memerlukan peralatan besar dan proses Panjang	Relatife murah, bisa dilakukan dengan perangkat sederhana seperti smartphone
Jangkauan audiens	Terbatas pada wilayah tertentu	Global, bisa menjangkau audiens seluruh dunia
Kontrol informasi	Dikelolah oleh Lembaga besar (media massa)	Terdesentralisasi siapapun bisa menjadi penyebar informasi.

Sumber: <https://kids.grid.id/read/apa-perbedaan-media-lama-dan-media-baru>

Media sosial sebagai salah satu bentuk media baru menghadirkan cara pandang berbeda tentang bagaimana manusia memahami arus informasi yang pada era globalisasi ini mengalir begitu cepat dan luas. Media sosial memang menjadi sumber informasi yang kini dianggap sebagai kebutuhan utama manusia modern Junaedi dalam (Indrwan & et.al, 2020). Media sosial bersifat daring (*online*), yang berarti sangat bergantung pada koneksi internet. Kondisi ini menjadikan para pengguna mudah berpartisipasi secara aktif dalam berbagai aktivitas digital. Bentuk partisipasi tersebut mencakup kemudahan dalam membagikan dan menyebarkan informasi, menciptakan berbagai jenis konten atau pesan untuk disampaikan kepada publik, serta memberikan tanggapan atau komentar terhadap masukan dari pengguna lain. Seluruh proses tersebut terjadi dengan cepat, terbuka, dan tanpa batasan yang ketat, sehingga memungkinkan interaksi berlangsung secara dinamis dan *real-time*.

Media baru secara fungsional memungkinkan orang untuk berinteraksi dengan banyak orang secara bersamaan dengan kemampuan untuk mengindividualisasikan pesan dalam proses interaksi. Media baru memiliki lima ciri khas (Trianita, Nasher, & Maria, 2022):

1. Digitalitas merupakan fitur terpenting dari media baru. Media baru mengalami dematerialisasi dengan mengubah data analog menjadi format digital, yang memungkinkan sejumlah besar informasi untuk dikumpulkan, diatur dan disebarluaskan.
2. Konvergensi yaitu media baru menyatukan bentuk dan fungsi media informasi dan komunikasi elektronik. Kekuatan konvergensi media baru dapat dengan mudah ditunjukkan oleh munculnya internet

3. Interaktivitas fungsi interaktif media baru melibatkan interaksi antara pengguna dan yang membagikan informasi, media baru memberikan kebebasan yang besar kepada pengguna untuk memperoleh isi informasi selama interaksi berlangsung. Kebebasan dalam mengendalikan informasi memberi media baru kekuatan besar dalam proses komunikasi manusia.
4. Hipertekstualitas media baru membawa pusat pengembangan jaringan global di mana informasi dapat bebas bergerak dan secara spontan saling berhubungan.
5. Virtualitas media baru memungkinkan orang untuk mendapatkan pengalaman virtual dan realitas.

Keunikan pengguna *new media* terletak pada beragam fitur yang ditawarkan, terutama dalam hal kecepatan arus informasi yang semakin tinggi dan menjadi dasar utama terjadinya interaksi. Kecepatan distribusi informasi tersebut menjadi salah satu daya tarik terbesar sehingga masyarakat terdorong untuk mengadopsi media baru dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Kompasiana dalam (Efendi & et.al, 2017), media baru memberikan berbagai kemudahan bagi individu dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya, di antaranya:

1. Perkembangan teknologi yang memungkinkan proses transfer data berlangsung secara efektif dan instan, tanpa terbatas ruang dan waktu.
2. Media berfungsi sebagai sarana transaksi dan pertukaran dalam kegiatan perdagangan.
3. Media dimanfaatkan sebagai sarana hiburan, seperti permainan berbasis web, komunikasi jarak jauh, hingga layanan video secara real-time.
4. Media menjadi alat komunikasi yang dinilai praktis dan dapat diandalkan.

5. Media juga berperan sebagai perpustakaan digital yang mendukung proses pendidikan melalui penggunaan buku elektronik.

Selain itu, terdapat tiga isu utama dalam konsep media baru yang membedakannya dari media lama, terutama berkaitan dengan karakteristik teknologi, pola interaksi, serta perubahan dalam proses produksi dan distribusi informasi.

2.1.3 Media Sosial

Media sosial merupakan suatu fase transformasi dalam cara individu menemukan, mengakses, serta menyebarluaskan berita dan informasi. Perkembangan teknologi ini telah mengubah pola komunikasi yang sebelumnya bersifat satu arah (*one to many*) menjadi komunikasi dua arah atau bahkan banyak arah (*many to many*). Dengan adanya media sosial, arus informasi menjadi lebih terbuka dan partisipatif sehingga tercipta demokratisasi informasi. Masyarakat tidak lagi hanya berperan sebagai konsumen atau pembaca konten, tetapi juga memiliki kesempatan untuk menjadi produsen sekaligus penyebar konten.

Sosial media telah menjadi sangat populer karena memberikan kesempatan kepada orang-orang untuk terhubung dengan dunia *online* dalam bentuk hubungan personal, politik, maupun kegiatan bisnis. Menurut McGraw-Hill *Dictionary of Scientific and Technical Terms*, media sosial merupakan media yang dimanfaatkan individu untuk saling berinteraksi dengan cara menciptakan, membagikan, serta mempertukarkan informasi dan ide dalam suatu jaringan atau komunitas virtual (Razania & Muhtadin, 2025).

Menurut Puntodi dalam (Purbohastuti, 2017) bahwa terdapat beberapa macam-macam media sosial adalah sebagai berikut.

1. *Bookmarking*

Bookmarking merupakan fitur yang memungkinkan pengguna menyimpan dan membagikan alamat situs web yang dianggap menarik atau bermanfaat. Melalui layanan berbagi *bookmark*, pengguna dapat membagikan tautan beserta tag tertentu sesuai minat mereka, sehingga orang lain juga dapat mengakses dan menikmati konten yang sama dengan kita.

2. *Content Sharing*

Content sharing adalah aktivitas berbagi berbagai bentuk media dan publikasi melalui *platform* tertentu. Melalui situs berbagi konten, pengguna dapat membuat, mengunggah, dan menyebarkan materi kepada khalayak luas. Contoh *platform* yang populer digunakan untuk berbagi konten adalah *YouTube* dan *Flickr*.

3. Wiki

Sebagai situs yang memiliki macam-macam karakteristik yang berbeda misalnya situs *knowledge sharing*, wikitravel yang memfokuskan sebuah diri informasi tempat, dan konsep komunitas lebih eksklusif.

4. *Flickr*

Situs yang dimiliki yahoo mengkhususkan sebuah image sharing dengan kontributor yang ahli di setiap bidang fotografi di seluruh dunia. Flickr menjadikan "*photo catalog*" yang setiap produk dapat dipasarkan.

5. *Creating Opinion*

Media sosial menyediakan ruang bagi setiap individu untuk menyampaikan pendapat serta berinteraksi dengan orang lain di berbagai belahan dunia. Melalui proses pembentukan *opini (creating opinion)*, setiap orang memiliki

kesempatan untuk menulis, menyampaikan informasi, sekaligus berperan sebagai jurnalis maupun komentator.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, terdapat tiga jenis *platform* utama dalam media sosial yang menjadi sarana bagi pengguna untuk berkomunikasi, berbagi, dan membangun jejaring sbb:

1. *Online Communities And Forums*

Komunitas dan forum daring hadir dalam berbagai bentuk dan skala. Sebagian besar dibentuk oleh pelanggan atau kelompok pengguna tanpa tujuan komersial, sementara sebagian lainnya memiliki afiliasi atau *disponsori* oleh perusahaan. Dalam forum tersebut, anggota dapat berinteraksi dengan perusahaan maupun sesama anggota melalui posting, pesan instan, dan ruang obrolan untuk membahas topik atau minat tertentu, termasuk yang berkaitan dengan produk dan merek perusahaan.

2. *Blogs*

Jumlah pengguna blog mencapai jutaan dengan karakter yang beragam. Ada blog yang bersifat personal dan ditujukan bagi lingkaran terbatas seperti teman dan keluarga, namun ada pula yang dirancang untuk menjangkau serta memengaruhi audiens yang lebih luas.

3. *Social Networks*

Jejaring sosial telah menjadi kekuatan strategis, baik dalam pemasaran bisnis ke konsumen (B2C) maupun bisnis ke bisnis (B2B). Beberapa *platform* yang populer antara lain *Facebook*, *Messenger*, *Twitter*, dan *BlackBerry*. Masing-masing jaringan sosial tersebut menawarkan karakteristik dan manfaat yang

berbeda bagi perusahaan dalam menjangkau serta membangun hubungan dengan konsumennya.

Media berbasis web berperan sebagai suatu struktur sosial atau organisasi daring yang mempertemukan para penggunanya dalam sebuah jaringan. *Identitas* digital yang dimiliki individu membentuk relasi antara pengguna dengan media maupun dengan sesama pengguna lainnya. Terlepas dari apakah mereka saling mengenal di dunia nyata atau tidak, media daring menyediakan ruang bagi setiap orang untuk berinteraksi melalui berbagai *platform* teknologi (Sari & et.al, 2018)

Ada beberapa karakteristik dari media sosial yakni:

1. Informasi (*Information*): Informasi merupakan elemen utama dalam media sosial. Media daring mengolah data yang dikirim dari berbagai perangkat, kemudian mendistribusikannya hingga dapat diterima dan dipahami oleh pengguna. Data tersebut diolah menjadi informasi yang dapat ditafsirkan dari beragam sudut pandang. Untuk dapat mengakses media sosial dan memperoleh informasi yang autentik, pengguna juga memasukkan data pribadi mereka sebagai bagian dari proses tersebut.
2. Arsip (*Archive*): Arsip menjadi komponen penting dalam pemanfaatan media sosial karena memungkinkan pengguna menyimpan dan mengakses kembali berbagai konten. Materi yang telah tersimpan dapat diakses kapan saja dan melalui perangkat apa pun. *Fleksibilitas* ini memudahkan pengguna untuk memanfaatkan kembali informasi tersebut, misalnya sebagai rujukan dalam pembuatan laporan atau konten tertentu.
3. Interaksi (*Interactivity*): Interaksi antarpengguna merupakan dasar dari media berbasis web. Individu maupun organisasi dapat berkomunikasi

secara daring, membangun relasi, membentuk kerja sama, serta memperoleh *followers*. Bentuk kolaborasi ini dapat berupa pemberian komentar, pertukaran informasi, hingga ekspresi dukungan melalui tanda suka (*like*) atau simbol lainnya pada *platform* seperti *Instagram* .

4. Simulasi (*Simulation*): Interaksi sosial di media sosial bersifat representatif atau tersimulasikan secara *virtual*. Identitas dan dialog dapat dibentuk serta direkonstruksi sesuai keinginan pengguna. Seseorang dapat menampilkan identitas yang berbeda dari kondisi nyata, termasuk dalam hal peran sosial maupun representasi diri melalui foto profil dan deskripsi pribadi.
5. Konten oleh Pengguna (*User-Generated Content*): Konten yang dibuat oleh pengguna memegang peranan sentral dalam media sosial. Keberlangsungan media sosial sangat bergantung pada partisipasi aktif pengguna dalam menciptakan dan membagikan konten. Hal ini menunjukkan adanya keterlibatan langsung antara pengguna sebagai pembuat konten dan *platform* sebagai penyedia layanan.

Kietzmann, Hermkens, McCarthy, dan Silvestre dalam (Sitompul & et.al, 2021) mengemukakan tujuh fungsi media sosial yang membantu memahami mekanismenya, yaitu:

1. Identitas (*Identity*), menggambarkan bagaimana individu menampilkan dan mengungkapkan jati dirinya di media sosial.
2. Percakapan (*Conversations*), berkaitan dengan cara, motivasi, frekuensi, serta isi komunikasi yang dilakukan pengguna.
3. Kehadiran (*Presence*), menunjukkan sejauh mana pengguna dapat mengetahui keberadaan pengguna lain, baik melalui komunikasi

sinkron (*synchronous*) seperti obrolan langsung, maupun asinkron (*asynchronous*) seperti e-mail.

4. Kelompok (*Groups*), merujuk pada komunitas atau subkomunitas dalam media sosial, baik yang bersifat terbuka untuk publik (*public group*) maupun tertutup (*private group*)
5. Hubungan (*Relationships*), menjelaskan pola relasi antarpengguna dalam suatu komunitas yang menentukan bagaimana proses pertukaran informasi berlangsung.
6. Reputasi (*Reputation*), merupakan ukuran penilaian publik terhadap individu atau entitas tertentu, yang dapat dilihat dari tingkat kepercayaan, sentimen, pengaruh, maupun jangkauan.
7. Berbagi (*Sharing*), berkaitan dengan aktivitas distribusi dan pertukaran informasi antarpengguna, yang mencakup jenis objek yang dibagikan serta kecenderungan pengguna untuk membagikannya.

Beragam jenis media sosial telah bermunculan saat ini, masyarakat dapat memilih sendiri media sosial mana yang dapat mereka manfaatkan untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam penggunaan media sosial oleh dikenal konsep 4 C oleh Chris Heuer dalam (Hanum & Husna, 2016) sebagai berikut :

1. Komunikasi (*Communication*)

Merupakan cara menyampaikan suatu pesan atau informasi, pesan atau data yang disampaikan tidak hanya untuk satu individu, tetapi dapat diteruskan kepada beberapa orang.

2. Konteks (*Context*)

Merupakan seluruh bentuk informasi yang diproduksi dan disebarakan melalui media digital, baik berupa teks, gambar, audio, maupun video. Dalam konteks komunikasi, konten berfungsi sebagai pesan utama yang ingin disampaikan kepada audiens. Kualitas konten menentukan apakah pesan dapat menarik perhatian, dipahami, dan direspons oleh pengguna. Oleh karena itu, konten harus relevan, informatif, dan memiliki nilai tambah bagi audiens agar mampu mendorong interaksi serta keterlibatan

3. Koneksi (*Connection*)

Adalah hubungan yang terbentuk antara pengirim pesan dengan audiens serta interaksi antar pengguna di ruang digital. Koneksi ditunjukkan melalui berbagai bentuk engagement seperti komentar, *likes*, berbagi konten, maupun komunikasi dua arah. Konsep ini menekankan bahwa komunikasi digital bukan hanya proses penyampaian pesan, tetapi juga upaya membangun hubungan yang berkelanjutan. Koneksi yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan, loyalitas, dan kedekatan emosional antara organisasi dengan audiensnya.

4. Kolaborasi (*Collaboration*)

Adalah proses kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk mencapai tujuan bersama melalui pertukaran informasi, koordinasi, dan pembagian peran. Dalam komunikasi digital, kolaborasi membantu memperluas jangkauan pesan, meningkatkan efektivitas komunikasi, serta menciptakan nilai bersama melalui keterlibatan berbagai pihak.

2.1.4 Instagram

Instagram adalah layanan jejaring sosial berbasis foto dan video berdurasi pendek asal Amerika Serikat yang dimiliki oleh meta *platform*. Layanan ini memberikan kemudahan bagi pengguna untuk mengunggah berbagai bentuk media yang dapat diedit menggunakan filter, dikelompokkan melalui tagar, serta ditandai dengan lokasi tertentu menggunakan fitur penandaan geografis. Konten yang dipublikasikan dapat dibagikan secara terbuka kepada pengikut yang telah disetujui sebelumnya. Selain itu, pengguna juga dapat mencari dan menjelajahi konten milik pengguna lain berdasarkan tagar maupun lokasi, melihat unggahan yang sedang populer, memberikan tanda suka pada foto, serta mengikuti akun lain agar kontennya muncul pada linimasa pribadi mereka (Fajari & Khuntari, 2023).

Perkembangan *Instagram* sangat menggiurkan penggunanya, dari awal peluncuran hanya ada menu *feeds* pada fitur *home* yang memiliki fitur *like*, *share*, *comment* serta DM atau *Direct Message*. Adanya fitur *like*, *share* dan *comment* ini membuat penggunanya merasa senang karena setiap kali mengunggah konten, mereka akan selalu penasaran berapa orang yang akan memencet tombol *like* dan *share*, lebih-lebih apabila ada *comment* yang membahas konten yang sudah di *upload* (Prajarini, 2020)

Sebagai *platform* media sosial yang berpusat pada gambar yang dioperasikan oleh Meta, *Instagram* tersedia di iOS, Android, Windows 10, dan web. Pengguna dapat mengambil foto dan mengeditnya menggunakan filter bawaan dan alat lainnya, lalu membagikannya di *platform* media sosial lain seperti *Facebook*. *Instagram* mendukung 33 bahasa, termasuk Inggris, Hindi,

Spain, Prancis, Jepang, dan Korea dll. Adapun fungsi-fungsi *Instagram* antara lain sebagai berikut:

1. Media ini memfasilitasi interaksi antarpengguna, seperti berkirim pesan, membagikan foto maupun video, serta memanfaatkan fitur *Insta Story* untuk berkomunikasi melalui siaran video secara langsung.
2. Sebagian besar konten foto dan video yang diunggah menyajikan informasi serta visualisasi mengenai berbagai destinasi wisata. Hal ini memberikan manfaat bagi pengguna karena mereka dapat memperoleh gambaran mengenai suatu tempat tanpa harus mencari informasi tambahan melalui mesin pencari.
3. *Instagram* juga menjadi sarana untuk mencari dan menyebarkan informasi serta pengetahuan dalam berbagai bidang, seperti kesehatan, pariwisata, maupun fakta menarik lainnya, yang umumnya dibagikan oleh akun nonpribadi atau akun tematik.
4. Banyak pelaku usaha memanfaatkan *Instagram* sebagai media pemasaran. Melalui unggahan foto dan video, produk atau jasa dapat dipromosikan secara lebih jelas dan menarik.

Banyak pelaku usaha memanfaatkan *Instagram* sebagai media pemasaran. Melalui unggahan foto dan video, produk atau jasa dapat dipromosikan secara lebih jelas dan menarik. *Instagram* memiliki lima menu utama, yaitu beranda yang menampilkan unggahan terbaru dari akun yang diikuti; *explore* yang menyajikan konten populer dengan jumlah tanda suka terbanyak; profil yang memuat informasi pengguna; *news feed* yang berisi notifikasi aktivitas; serta *stories* yang menampilkan foto atau video berdurasi singkat dan akan hilang setelah 24 jam.

Selain itu, terdapat beberapa fitur pendukung seperti *caption* untuk memperjelas pesan atau karakter unggahan, *hashtag* untuk memudahkan pencarian berdasarkan tagar tertentu, fitur *follow* untuk mengikuti akun lain, serta *mentions* yang digunakan untuk menandai akun lain dengan simbol *arroba* (@).

Instagram saat ini tidak lagi hanya digunakan oleh individu saja, tetapi banyak komunitas atau organisasi yang juga menggunakannya. Seperti digunakan untuk menyebarkan informasi seputar kerelawanan dari komunitas tersebut. Untuk menarik minat pengguna *Instagram* agar mengetahui suatu informasi dari akun *Instagram* milik pihak lain adalah dengan adanya konten yang menarik di dalamnya.

2.1.5 *Instagram* @diskominfoMedan

Akun *Instagram* @diskominfoMedan adalah akun resmi dari Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) kota Medan. Akun ini berfungsi sebagai media komunikasi pemerintah kota untuk menyebarkan informasi, berita, dan program-program yang relevan dengan masyarakat Medan.

Berikut adalah penjelasan mengenai isi dan tujuan dari akun tersebut: Adapun beberapa contoh konten yang diunggah akun @diskominfoMedan

1. Penyebar informasi: Mempublikasikan informasi terkini seputar kebijakan, kegiatan, dan layanan publik yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota (Pemko) Medan. Pemberitahuan tentang jumlah layanan administrasi kependudukan yang sudah terlayani, seperti KTP dan Akta Kelahiran.
2. Edukasi publik: Menyampaikan informasi edukatif, seperti pengumuman layanan administrasi kependudukan, tips keamanan siber, dan informasi

kesehatan. Memberikan informasi mengenai fitur-fitur baru atau keamanan pada *platform* digital.

3. Promosi acara dan program: Mempromosikan berbagai acara yang diadakan oleh pemko Medan dan memberikan laporan terkait pelaksanaannya. Informasi mengenai program-program pemko Medan, seperti pemasangan dan perawatan Lampu Penerangan Jalan Umum (LPJU).
4. Interaksi dengan publik: Menjalinkan interaksi dengan masyarakat Medan melalui kolom komentar dan fitur lainnya.
5. Hari peringatan: Ucapan selamat memperingati hari-hari besar nasional, seperti hari kereta api nasional atau hari raya idul fitri, dll
6. Liputan kegiatan: Menyampaikan laporan kegiatan yang melibatkan kepala dinas, seperti saat menjadi pemateri dalam seminar.

2.2 Komunikasi Pemerintahan

Menurut (Sutrisnio & Mayangsari, 2021) komunikasi pemerintahan memiliki dua bentuk yaitu sebagai berikut:

1. Komunikasi internal, merupakan tipe komunikasi pemerintahan yang ditujukan hanya kepada para pemangku kepentingan dalam internal pemerintahan, seperti pegawai pemerintahan, pegawai teknis, pegawai non-teknis dan lain sebagainya.
2. Komunikasi eksternal, merupakan tipe komunikasi pemerintahan yang ditujukan kepada orang-orang, kelompok atau subjek lain diluar pemerintah, seperti masyarakat, pengusaha dan lain sebagainya.

Peneliti menghadirkan landasan teori mengenai komunikasi pemerintahan sebagai fondasi untuk menjelaskan bagaimana pemerintah menggunakan media

sosial untuk kepentingan komunikasi yaitu pemberian informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat

Menurut Cultip, Allen, dan Brrom dalam (Utomo & Gama, 2023) efektivitas komunikasi dapat dicapai dengan menerapkan prinsip *Seven Communication (7C)*. Prinsip ini mencakup tujuh unsur penting, yaitu *completeness* (kelengkapan informasi), *concreteness* (bersifat nyata dan spesifik), *courtesy* (kesantunan), *correctness* (ketepatan penggunaan bahasa dan data), *clarity* (kejelasan pesan), *consideration* (mempertimbangkan kondisi penerima pesan), serta *conciseness* (penyampaian yang ringkas dan tidak bertele-tele).

1. *Completeness* (lengkap/komplit) yang berarti kita harus mengupayakan untuk bisa memberikan informasi selengkap mungkin kepada pihak yang membutuhkan. Karena informasi yang lengkap bisa membangun kepercayaan dan kepastian pada diri penerima informasi
2. *Conciseness* (ringkas/padat) yang berarti komunikasi dikemas dengan menggunakan kata kata yang jelas, singkat, dan padat
3. *Concreteness* (konkret) yang berarti pesan yang dikomunikasikan itu disusun secara spesifik dan konkret bukan abstrak
4. *Consideration* (penuh pertimbangan) berarti pesan yang disampaikan harus memperhatikan kondisi, kebutuhan, serta situasi penerima pesan atau komunikan, sehingga isi komunikasi dapat diterima dengan baik.
5. *Clarity* (jelas) mengandung arti bahwa pesan yang dikomunikasikan perlu disusun dalam kalimat yang sederhana, terstruktur, dan mudah dipahami oleh komunikan agar tidak menimbulkan penafsiran ganda.

6. *Courtesy* (sopan) menunjukkan bahwa sikap santun dan tata krama merupakan unsur penting dalam komunikasi sebagai bentuk penghargaan terhadap komunikan. Dengan menjunjung kesantunan, seseorang akan lebih mudah memperoleh simpati dan penghargaan dari pihak lain.
7. *Correctness* (ketepatan) berarti pesan yang disampaikan harus dibuat secara cermat dan akurat. Dalam komunikasi tertulis, ketepatan tercermin dari penggunaan tata bahasa yang benar, sedangkan dalam komunikasi lisan perlu memperhatikan pilihan kata, intonasi, serta kesesuaian dengan karakteristik komunikan.

2.3 Pemenuhan Informasi

Pengguna memegang peranan krusial dalam mewujudkan sistem informasi yang efektif. Walaupun secara teknis berada di luar struktur sistem, mereka tetap menjadi pihak utama yang membutuhkan sekaligus memanfaatkan data yang tersedia. Dalam perancangannya, pengguna dapat direpresentasikan sebagai bagian atau fitur dalam sistem informasi, namun keputusan akhir terkait pemanfaatan informasi tetap berada di tangan mereka. Oleh sebab itu, analisis terhadap kebutuhan informasi pengguna menjadi hal yang sangat penting untuk dilakukan.. Kebutuhan manusia akan informasi menjadi salah satu hal mendasar, dan jika kebutuhan tersebut tidak terpenuhi, akan menjadi masalah bagi individu. Kebutuhan informasi timbul karena seseorang merasa kekurangan atau kebingungan dalam suatu hal dan berusaha untuk mengatasinya. Permintaan informasi adalah pengakuan bahwa ada ketidakpastian dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk mencari informasi.

Media sosial termasuk sarana yang betul-betul cocok guna menyebarkan sebuah informasi dalam skala besar sebab *Instagram* merupakan media yang mudah dibuka bagi semua orang dan peredarannya sangat cepat amat. Jejaring sosial khususnya *Instagram*, menjadi salah satu pilihan paling penting bagi pengguna internet memang menawarkan banyak keuntungan untuk bagi khalayak akan mendapatkan berita yang mereka butuhkan, (Wacaksana & Anggraini, 2023)

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kebutuhan informasi melibatkan ketersediaan informasi, cara informasi digunakan, latar belakang individu, motivasi, orientasi, bidang profesional, karakteristik pribadi, serta kondisi sosial, ekonomi, dan politik di lingkungan tempat individu tersebut berada (Fajari & Khuntari, 2023).

Informasi adalah suatu hal yang menjadi kebutuhan pokok dan menjadi suatu keharusan untuk manusia. Informasi dapat dicari baik melalui komunikasi secara langsung ataupun melalui internet dan media sosial. Apabila kebutuhan informasi tidak terpenuhi tentunya akan menyebabkan masalah bagi pengguna, dan manusia atau pengguna akan berusaha untuk mencari informasi guna memenuhi segala kebutuhannya.

Terdapat empat pendekatan yang menjelaskan kebutuhan informasi pengguna media sosial. Pendekatan ini dikemukakan oleh Guha dalam (Helen & Rusdi, 2018) yaitu sebagai berikut:

1. Pendekatan kebutuhan informasi mutakhir (*Current need approach*), merupakan kebutuhan informasi yang sifatnya terbaru dan up-to-date. Informasi yang dicari harus relevan dengan perkembangan terkini, seperti

berita terbaru, informasi real time, atau data yang terus berubah. Pendekatan ini biasanya muncul pada situasi yang membutuhkan informasi cepat terkait peristiwa atau perubahan yang sedang berlangsung.

2. Pendekatan kebutuhan informasi harian (*Everyday need approach*)

Merupakan pendekatan terhadap kebutuhan pengguna dalam mendapatkan informasi secara cepat spesifik, dan rutin.

3. Pendekatan kebutuhan informasi mendalam (*Exhaust need approach*)

Merupakan pendekatan terhadap pengguna yang sangat bergantung dengan informasi yang diperlukan.

4. Pendekatan kebutuhan informasi singkat (*Catching-up need approach*)

Merupakan kebutuhan akan informasi yang ringkas, langsung pada inti, dan mudah dipahami. Informasi yang dicari umumnya berupa kesimpulan, definisi cepat, poin inti, atau highlight dari sebuah topik. Pendekatan ini digunakan ketika individu membutuhkan gambaran cepat tanpa detail panjang.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 2 Penelitian terdahulu

No	Tinjauan	Teori/ Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Hubungan Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> @riliv dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental <i>Followers</i> , (Priana, Sujipto, & Romli, 2022)	Penelitian ini memakai paradigma positivisme dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian ini adalah korelasional dengan teknik analisis data statistik inferensial (korelasi rank spearman). Data pada penelitian ini disajikan dalam bentuk data kuantitatif	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat hubungan tinggi (kuat) antara penggunaan media sosial <i>Instagram</i> @riliv dengan pemenuhan kebutuhan informasi instrumen mental <i>followers</i> . Nilai koefisien korelasi bernilai positif, menandakan bahwa apabila terdapat peningkatan penggunaan media sosial <i>Instagram</i> @riliv, maka pemenuhan kebutuhan informasi mental pengikutnya akan turut meningkat.	Memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu sama-sama menggunakan teori <i>uses and gratification</i> dan membahas tentang penggunaan suatu akun <i>Instagram</i> .	Penelitian ini untuk mengetahui seberapa erat hubungan antara dua variabel sedangkan peneliti ingin mengetahui apakah aktifitas di <i>Instagram</i> menyebabkan peningkatan atau penurunan dalam pemenuhan informasi.

2	Pengaruh Penggunaan Akun Media Sosial Instagram USS Feeds terhadap Pemenuhan Informasi, (Alfaddill & Andary, 2025)	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengumpulkan data numerik yang dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk melihat distribusi data.	Hasil penelitian menunjukkan penggunaan media sosial <i>Instagram USS Feeds</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pemenuhan informasi mahasiswa ilmu komunikasi UMA. Selain itu akun ini juga berhasil membentuk persepsi isu- isu penting dikalangan mahasiswa melalui pendekatan visual dan naratif yang interaktif. Dengan demikian, keberadaan akun @ussfeeds dapat dipandang sebagai media alternatif yang efektif dalam mendukung literasi informasi digital di kalangan mahasiswa, meskipun tetap diperlukan penguatan literasi digital kritis untuk menilai validitas dan objektivitas informasi	Memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu sama-sama menggunakan teori <i>uses and gratification</i> dan membahas tentang penggunaan suatu akun <i>Instagram</i>.	Selain menggunakan teori <i>uses and gratification</i> penelitian ini juga menggunakan teori agenda setting, sedangkan peneliti hanya menggunakan teori <i>uses and gratification theory</i>.
---	---	---	--	---	--

3	Pengaruh penggunaan media sosial <i>Instagram</i> @humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi <i>follower</i>; (Sutrisno & Mayangsari, 2021)	Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme Peneliti dengan pendekatan kuantitatif, yang merupakan metodologi penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan mengenai suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan.	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh penggunaan media sosial <i>Instagram</i> @humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dibuktikan dengan uji hipotesis menggunakan uji t melalui SPSS diperoleh nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($15,002 \geq 1.984$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka berarti H_0 ditolak H_1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh penggunaan media sosial <i>Instagram</i> @humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi <i>followers</i>.	Memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu sama-sama menggunakan teori <i>uses and gratification</i> dan membahas tentang penggunaan suatu akun <i>Instagram</i> pemerintah.	Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pemerintah bandung melalui @humasbdg dalam membagikan informasi sedangkan peneliti ingin mengetahui pengaruh akun pemerintah @diskominfoMedan dalam pemenuhan informasi.
---	--	---	---	--	--

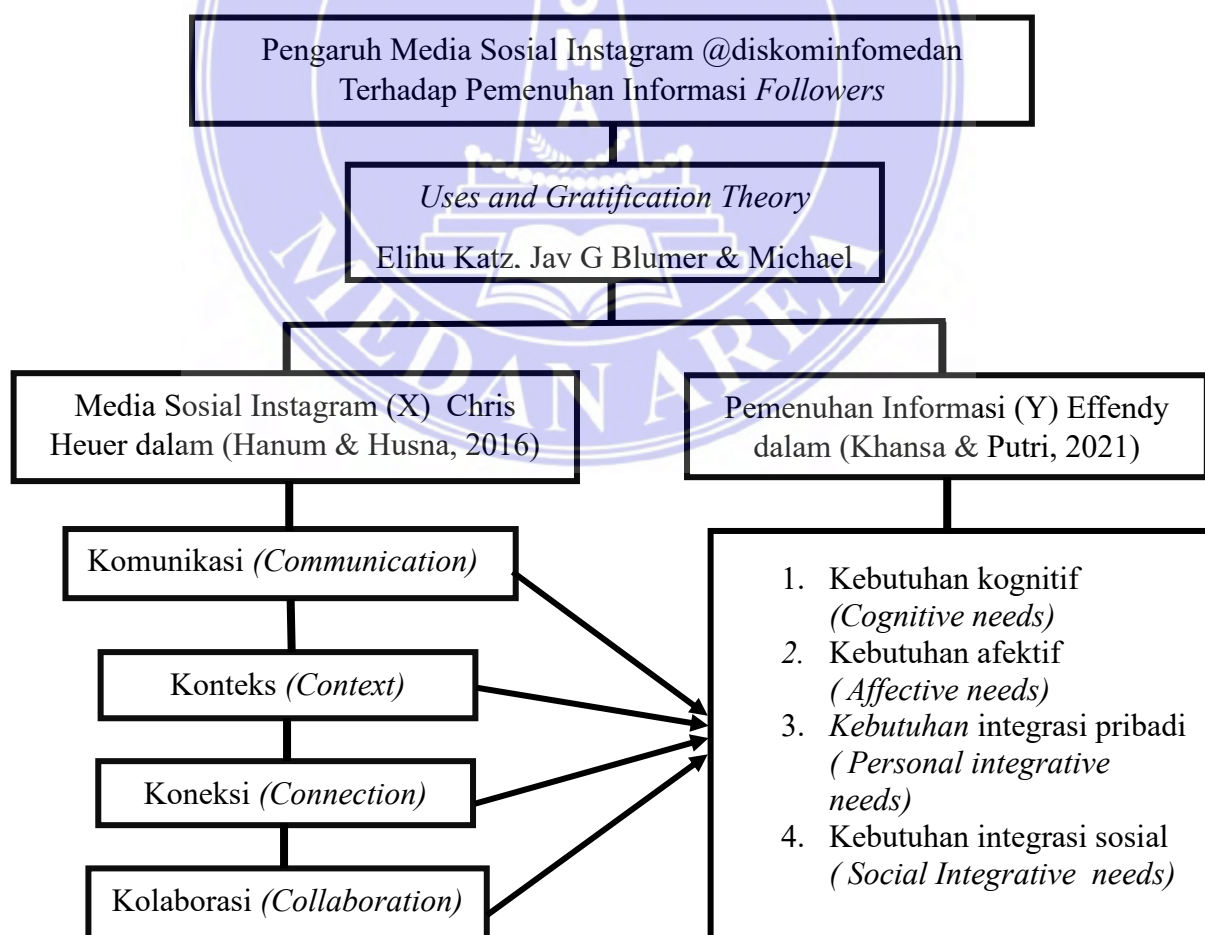
4	Penggunaan Media Sosial @Collegemenfess terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mengenai Perkuliahan bagi Followers (CITATION Ang25 \1033 Anggraeni & Mardiana, 2025)	Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanasi. Pendekatan kuantitatif menganalisis sifat hubungan antar variabel dengan menggunakan instrument pengujian statistik dan teori yang objektif. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma positivistic	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial @collegemenfess terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mengenai perkuliahan bagi followers. Dari hasil tersebut membuktikan bahwa Teori <i>Uses and Gratification</i> relevan dalam penelitian ini, yang mana followers memilih media sosial @collegemenfess untuk memenuhi kebutuhan informasinya mengenai perkuliahan.	Memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu sama-sama menggunakan teori <i>uses and gratification</i>	Penelitian ini lebih spesifik informasi perkuliahan dalam suatu akun media sosial, sedangkan peneliti lebih spesifik terhadap pengaruh dari adanya akun tersebut untuk masyarakat Medan yang merupakan followers dari akun tersebut.
---	--	--	--	--	---

5	Pengaruh Konten dan Kualitas Informasi Akun <i>Instagram</i> @idvolunteering terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers, (Anggraeni & Hartono, 2023)	Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan data. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori <i>uses and effect</i>.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara konten dan kualitas informasi pada akun <i>Instagram</i> @idvolunteering terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.	Memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif tentang penggunaan suatu akun <i>Instagram</i>.	Penelitian ini menggunakan teori <i>uses and effect</i>, peneliti menggunakan teori <i>uses and gratification</i>.
---	---	---	---	---	---

6	Efektifitas Media Sosial Akun Instagram @detikcom Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi, (Puspita & Samatan, 2022)	Penelitian ini menggunakan teori <i>uses and gratification</i> dimana teori ini memengaruhi fungsi komunikasi masa dalam melayani khalayak. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan paradigma positivistic	Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel efektifitas dan variabel media sosial terhadap kebutuhan informasi <i>followers</i> akun Instagram @detikcom.	Memiliki kesamaan dalam penggunaan teori <i>uses and gratification</i> dimana spesifik pada kebutuhan informasi	Penelitian ini memiliki dua variabel X yaitu efektifitas (X1) dan media sosial (X2), peneliti hanya menggunakan satu variabel X dengan akun media sosial yang berbeda.
---	---	---	---	--	---

2.5 Kerangka Berpikir

Menurut Sugiono 2019 (Syahputri & et.al, 2023) kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan beragam aspek yang sudah diidentifikasi. Kerangka berpikir penelitian ialah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi dan telaah kepustakaan yang memuat teori serta konsep-konsep yang menjadi dasar dalam penelitian. Kerangka berpikir ini menjelaskan hubungan dan keterkaitan antar variabel. Dalam penelitian yang berjudul “pengaruh penggunaan media sosial *Instagram @diskominfoMedan* terhadap pemenuhan informasi *followers*” Terdapat dua variabel yakni penggunaan media sosial *Instagram @diskominfoMedan* sebagai variable X dan pemenuhan informasi *followers* sebagai variable Y.

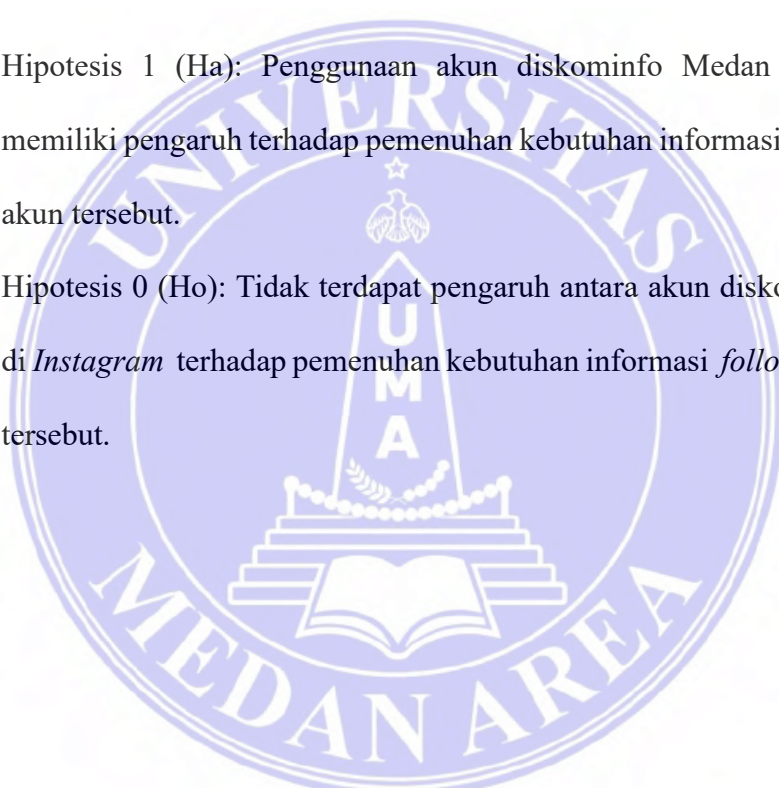


Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran

2.6 Hipotesis Penelitian.

Hipotesis berasal dari kata hipo yang berarti kurang atau lemah dan tesis atau thesis yang berarti teori yang disajikan sebagai bukti. Dalam hal ini hipotesis adalah pernyataan yang masih lemah kebenarannya dan masih perlu dibuktikan kenyataannya. Hipotesis merupakan alternatif atau dugaan jawaban sementara yang dibuat oleh peneliti yang diajukan dalam penelitiannya, Dantes 2012 (M.Zaki & Saiman, 2021). Berikut merupakan hipotesis dari penelitian tersebut:

- a) Hipotesis 1 (H_a): Penggunaan akun diskominfo Medan di *Instagram* memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* dari akun tersebut.
- b) Hipotesis 0 (H_o): Tidak terdapat pengaruh antara akun diskominfo Medan di *Instagram* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* dari akun tersebut.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Sesuai dengan Nasehudin, T. S, & Gozali, N. dalam (Sihotang, 2023), pendekatan kuantitatif adalah suatu metode untuk menangani masalah secara sistematis dan ilmiah, yang bertujuan untuk memperoleh pengetahuan yang didasarkan pada data/informasi yang valid. Data dikumpulkan melalui berbagai cara seperti kuesioner, tes, dan wawancara mendalam. Data berbasis kuesioner, setelah dipastikan valid dan dapat diandalkan, dapat menjadi alat pengumpulan data yang andal. Pendekatan kuantitatif disebut juga dengan pendekatan positivisme karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Penelitian kuantitatif memenuhi kaidah ilmiah yakni teoritis, empiris, dapat diuji kembali, terbuka untuk dikritik, obyektif, terukur, rasional, konsisten, dan sistematis

Metode yang di gunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Creswell metode penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel- variabel biasanya diukur dengan instrumen. penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistik. Seperti halnya para peneliti kualitatif, siapa pun yang terlibat di dalam penelitian kuantitatif juga perlu memiliki asumsi-asumsi untuk menguji teori secara deduktif, mencegah munculnya bias-bias, mengontrol penjelasan-penjelasan alternatif, dan mampu menggeneralisasikan dan menerapkan kembali penemuan-penemuannya (Kusumaatuti, Khoriron, & Ali, 2022)

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi

Penelitian ini dilakukan di sosial media *Instagram* dengan memanfaatkan fitur DM (*Direct Message*) terhadap *followers Instagram @diskominfoMedan*.

3.2.2 Waktu Penelitian

Adapun penelitian ini akan dilakukan selama kurang lebih 5 bulan sesuai dengan SK penyusunan tugas akhir dengan rincian pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal																								
2	Seminar Proposal																								
3	Perbaikan Proposal																								
4	Penelitian																								
5	Seminar Hasil																								
6	Perbaikan Skripsi																								
7	Sidang Meja Hijau																								

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono (Roflin, Liberty, & Pariyana, 2021) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sue dan Ritter populasi adalah keseluruhan kelompok individu- individu, kelompok, atau objek. Dimana anda ingin menggeneralisasikan hasil penelitian. Misalnya warga negara, mahasiswa di universitas atau karyawan perusahaan dll (Swarjana, 2022). Populasi dari penelitian ini yaitu *followers* dari @diskominfoMedan dengan jumlah 20.000 orang.

3.3.2 Sampel

Dalam melakukan penelitian tentunya peneliti memerlukan individu atau kelompok sebagai salah satu sumber data. Menurut Everitt & Scronal di dalam (Swarjana, 2022) Sampel adalah bagian terpilih dari populasi yang dipilih melalui beberapa proses dengan tujuan menyelidiki atau mempelajari sifat- sifat tertentu dari populasi induk. Dengan mengambil sampel peneliti ingin menarik kesimpulan yang akan akan digeneralisasikan terhadap populasi (Sudaryono, 2021)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik penarikan sampel, yaitu *purposive sampling*. Dengan mempertimbangkan beberapa faktor untuk menentukan jumlah sampel yang sesuai. Berdasarkan hal tersebut, peneliti menetapkan beberapa kriteria untuk penelitian ini, yaitu:

1. Merupakan *followers* dari akun *Instagram* diskominfo Medan.
2. Masyarakat Medan dengan usia 17 – 50 Tahun.

Berdasarkan pengetahuan yang ada, untuk menentukan ukuran sampel, salah satu metode yang digunakan adalah menggunakan rumus slovin dengan taraf kesalahan 10% (Machali, 2021) .

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{20000}{1 + 20000(0,1)^2}$$

$$n = \frac{20000}{1 + 20000 (0,01)}$$

$$n = \frac{20000}{201}$$

$$n = 99,502$$

Keterangan:

n = Jumlah angka sampel yang dibutuhkan

N= Banyaknya populasi

e= Tingkat kesalahan

Berdasarkan hasil penghitungan dengan rumus di atas ditentukan sampel sekitar 100 orang untuk dijadikan sebagai responden penelitian. Responden yang diambil pada penelitian ini adalah orang- orang yang me *like* postingan dari instagram @diskominfomedan.

3.4 Instrumen Pengumpulan Data

Suharsimi 2004 mengatakan instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya (Sudaryono, 2021)

Agket atau kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data secara tidak langsung yang berisi sejumlah pernyataan yang harus dijawab atau direspon oleh responden. Disamping itu responden mengetahui informasi tertentu yang diminta oleh peneliti. Kuesioner dibuat di *google form* yang berisi pernyataan-pernyataan yang disusun sesuai dengan indikator-indikator pada penelitian. Koesioner akan dibagikan kepada responden (*followers*) dari *instagram @diskominfoedan* melalui *Direct Message (DM)*.

3.5 Defenisi Operasional

Definisi operasional dari setiap variabel yang akan diteliti harus dikembangkan untuk memberikan penjelasan tentang arti penting dari variabel tersebut seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. 2 Defenisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator
Media sosial <i>Instagram</i> (X),) Chris Heuer dalam (Hanum & Husna, 2016)	Komunikasi <i>(Communication)</i>	Pesan yang disampaikan sangat baik sehingga menarik perhatian
	Konteks <i>(Context)</i>	1. Informasi menarik perhatian dan sesuai dengan kebutuhan 2. Informasi menggunakan Bahasa yang baik, menarik dan mudah dipahami.

	Koneksi (<i>Connection</i>)	Mampu menjaga hubungan dengan <i>Followers</i> merasa lebih dekat dengan @diskominfoMedan
	Kolaborasi (<i>Collaboration</i>)	Kebebasan memberi tanggapan atas informasi yang disampaikan
Pemenuhan kebutuhan informasi (Y) Effendy dalam (Khansa & Putri, 2021)	Kebutuh kognitif (<i>Cognitive needs</i>)	1. Memberi informasi yang berguna 2. Memberikan jawaban atas rasa penasaran
	Kebutuhan afektif (<i>Affective needs</i>)	Tidak hanya informasi namun juga memberikan hiburan
	Kebutuhan integratif personal (<i>Personal integrative needs</i>)	1. Menjadi pengikut (<i>followers</i>) karena tertarik dengan konten yang diberikan 2. Memiliki ketertarikan untuk menambah informasi melalui konten
	Kebutuhan integratif sosial (<i>Social integrative needs</i>)	Informasi yang diberikan memiliki kemungkinan untuk menjadi bahan yang bisa dibicarakan dengan orang lain

3.6 Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran variabel merupakan alat yang digunakan untuk menentukan nilai pada suatu instrumen penelitian, sehingga ketika instrumen tersebut diterapkan, dapat menghasilkan data kuantitatif yang tersaji secara sistematis. Skala ini bertujuan untuk meningkatkan tingkat ketepatan, efisiensi,

serta mempermudah proses penyampaian hasil penelitian. Dalam penelitian ini digunakan kuesioner dengan skala *Likert*. Melalui skala *Likert*, variabel yang diteliti diuraikan menjadi subvariabel, kemudian dijabarkan kembali ke dalam indikator-indikator yang dapat diukur secara terperinci. Metode ini dipilih karena angket menjadi teknik utama dalam pengumpulan data, dan hasil jawaban responden selanjutnya dikonversikan ke dalam bentuk skala data untuk dianalisis secara statistik. (Sudaryono, 2021). Dimana setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan yang diungkapkan dengan kata-kata berikut:

1. Sangat Tinggi/ Sangat Penting/ Sangat Benar
2. Tinggi/ Penting/ Benar
3. Cukup Tinggi/ Cukup Penting/ Cukup Benar
4. Rendah/ Kurang Penting/ Salah
5. Rendah Sekali/ Tidak Penting/ Sangat Salah

Skala *Likert* digunakan untuk mengukur respon terhadap berbagai pernyataan, dengan nilai-nilai berikut ini:

Tabel 3. 3 Skala Pengukuran

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Netral (N)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : <https://bif.telkomuniversity.ac.id/skala-likert>

Butir pernyataan dalam kuesioner disusun sesuai dengan variabel yang diteliti, yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Setelah data terkumpul, dilakukan perhitungan nilai rata-rata dari setiap jawaban responden. Untuk mempermudah proses analisis terhadap nilai rata-rata tersebut, data kemudian dikelompokkan ke dalam beberapa interval. Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan lima (5) kelas interval untuk mengklasifikasikan data. Perhitungan panjang kelas interval dilakukan dengan rumus:

$$\text{Panjang kelas Interval} = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak kelas interval}},$$

$$\text{Rentang} = \text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}$$

$$\text{Banyak Kelas Interval} = 5$$

Berdasarkan rumus diatas maka Panjang kelas interval $= \frac{5-1}{5} = 0,8$. Sehingga kriteria penilainya adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Kelas Interval

Interval	Alternatif Jawaban Variabel X	Variabel Y
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik	Sangat Rendah
1,81 – 2,60	Tidak Baik	Rendah
2,61 – 3,40	Cukup Baik	Cukup Tinggi
3,41 – 4,20	Baik	Tinggi
4,21 – 5,00	Sangat Baik	Sangat Tinggi

Pengujian signifikansi hubungan antara variabel independen dan dependen memiliki kriteria berikut pada tingkat signifikansi tertentu dan derajat kebebasan $dk = n-2$: Terdapat hubungan antara variabel X dan Y jika nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel; jika tidak, maka tidak terdapat hubungan antara keduanya.

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Data Primer

Data primer merupakan informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama oleh peneliti. Data ini bersifat asli karena dikumpulkan tanpa melalui perantara maupun pengolahan statistik sebelumnya. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner tersebut memuat sejumlah pertanyaan yang disusun secara sistematis dan disesuaikan dengan fokus permasalahan penelitian. Instrumen ini kemudian didistribusikan kepada para pengikut akun *Instagram* @diskominfoMedan melalui fitur *Direct Message*.

3.7.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak diperoleh secara langsung melalui pengamatan lapangan, melainkan berasal dari hasil penelitian atau kajian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Sumber data sekunder dapat ditemukan melalui perpustakaan, buku literatur, jurnal ilmiah, publikasi resmi, internet, serta berbagai referensi lain yang relevan dengan topik penelitian. Dalam penelitian, data sekunder berfungsi sebagai pelengkap dan pendukung data primer, dengan menyediakan informasi tambahan yang sesuai dan memperkuat analisis terhadap permasalahan yang sedang diteliti.

3.8 Uji Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Uji validasi adalah metode percobaan yang di gunakan untuk mengevaluasi kelayakan atau validitas suatu instrument yang di gunakan dalam penelitian. Uji validitas membandingkan skor item pertanyaan

dengan skor total untuk menilai kualitas alat pengukuran dengan tujuan untuk memastikan bahwa variable yang diukur sesuai dengan tujuan dari penelitian Arikunto dalam (Melfina, 2023)

3.8.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian index yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat di percaya atau di andalkan. Reliabilitas kuesioner diukur dengan menggunakan koefisien Cronbach Alpha yang dapat diolah menggunakan perangkat lunak statistik Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran itu tetap konsisten bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan menggunakan alat ukur yang sama (Amanda, Yanuar, & Devianto, 2021)

3.9 Teknik Pengolahan Data

3.9.1 Analisis Tabel Tunggal

Analisis tabel tunggal membagi beberapa kategori dengan kolom. Kemudian, frekuensi dan presentase untuk setiap kategori ditentukan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah faktor- faktor tersebut berhubungan atau saling mempengaruhi satu sama lain, Suryanto dalam (Manik, 2024)

3.9.2 Uji Regresi Linier Sederhana

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menghitung persamaan regresi. Analisis regresi linier sederhana adalah sebuah metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antara satu variabel independent (X) dan satu variabel dependen (Y). Analisis regresi adalah teknik statistik untuk pemodelan apakah ada pengaruh linear antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y), dan menunjukkan apakah pengaruh tersebut positif atau negatif.

Dengan menggunakan rumus $Y = a + bX$, peneliti dapat menentukan nilai prediksi variabel dependen (Y) berdasarkan nilai variabel independen (X) (Azahra, 2022).

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Parsial (T)

Menurut Sugiyono dalam (Pratiwi & Lubis, 2021) Uji t atau uji parsial adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidaknya terhadap variabel dependen. Menguji tingkat signifikan koefisien korelasi yang digunakan untuk mengetahui keberartian derajat hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) yang digunakan dengan koefisien korelasi. Adapun rumus yang digunakan seperti ditemukan oleh sugiyono dalam (Pratiwi & Lubis, 2021) adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = Uji pengaruh parsial

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya data

dengan kriteria uji:

1. Penentuan hipotesis

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

Sebaliknya:

H_a ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

Ha diterima jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

2. Penentuan tingkat signifikan tingkat pendapatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 95% atau dengan kata lain tingkat signifikannya (α) sebesar 5%
3. Penentuan kriteria uji penentuan kriteria uji berdasarkan pada perbandingan antara nilai $t \text{ hitung}$ yang di peroleh dengan $t \text{ tabel}$. Jika nilai $t \text{ hitung}$ lebih besar dari $t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.10.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui besarnya hubungan antara dua variabel, yaitu variabel independen (penggunaan media sosial *Instagram* diskominfo Medan) dan variabel dependen (pemenuhan informasi *followers*). Nilai koefisien determinasi (K_d) dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$K_d = r^2 \times 100\%$$

Dimana

D = Determinasi

r = Nilai koefisien korelasi.

di mana r adalah Koefisien determinasi menunjukkan persentase kontribusi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari pembahasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa *Instagram*

@diskominfoMedan berpengaruh terhadap pemenuhan informasi *followers*.

Hal ini dibuktikan dengan nilai sebesar 11.448. Nilai t tabel adalah 1.984

dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, Dengan demikian, hipotesis diterima.

Oleh karena itu, *Instagram* @diskominfoMedan secara signifikan mempengaruhi pemenuhan informasi. Berdasarkan perhitungan koefisien

determinasi, nilai R Square adalah 0,572 atau 57,2% , menunjukkan tingkat

hubungan yang bersifat moderat / balance sesuai dengan persyaratan

pengambilan keputusan jika $> 0,33$ tetapi $< 0,67$. Hasil penelitian dan

pembahasan ini menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan instagram

@diskominfoMedan terhadap pemenuhan informasi *followers* sebesar

57,2% dan 42,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

2. Faktor penggunaan media sosial *Instagram* @diskominfoMedan yang

paling berpengaruh terhadap pemenuhan informasi *followers* adalah faktor

context. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor *communication* memiliki nilai koefisien beta sebesar 0,231 dengan tingkat signifikansi 0,015 ($< 0,05$).

Faktor *context* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan

informasi *followers* dengan nilai beta sebesar 0,333 dengan tingkat

signifikansi 0,001 ($< 0,05$), Faktor *collaboration* juga berpengaruh positif

dan signifikan terhadap pemenuhan informasi *followers* dengan nilai beta sebesar 0,265 dengan tingkat signifikansi 0,003 ($<0,05$). Sementara itu, faktor *connection* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan informasi *followers*, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi 0,722 ($>0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *context* merupakan faktor penggunaan media sosial *Instagram @diskominfoMedan* yang paling dominan dalam mempengaruhi pemenuhan informasi *followers*.

5.2 Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan kepada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan untuk meningkatkan dimensi *connection* (koneksi) dalam pengelolaan akun *Instagram @diskominfoMedan*. Peningkatan koneksi dapat dilakukan dengan meningkatkan responsivitas terhadap pesan *Direct Message* (DM) dan komentar pengikut, sehingga tercipta hubungan yang lebih dekat dan komunikatif antara instansi dan masyarakat.
2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas jangkauan penelitian baik dari segi lokasi maupun sampel yang diambil. Penelitian yang mencakup lokasi dan populasi yang lebih beragam akan memberikan hasil yang lebih representatif dan komprehensif. Selain itu, penelitian diharapkan dapat diperkaya dengan menggunakan teori-teori terbaru yang relevan. Penggunaan teori yang mutakhir akan memberikan kerangka analisis yang lebih *up-to-date* dan dapat meningkatkan kualitas serta relevansi temuan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arifin, A. (2023). *Teori-Teori Komunikasi : Analisis Dan Penggunaanya*. Depok: Rajawali Pers.
- Effendy. (2023). *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Pt.Citra Aditya.
- Kusumaatuti, A., Khoriron, A., & Ali, A. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish (Group Penerbitan Cv Budi Utama).
- Prajarini, D. (2020). Media Sosial Periklanan *Instagram* . In D. Prajarini, *Media Sosial Periklanan Instagram* (P. 13). Yogyakarta: Group Penerbitan Cv Budi Utama.
- Roflin, E., Liberty, I. A., & Pariyana. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran*. Jawa Tengah: Pt. Nasya Expanding Management. .
- Sihotang, H. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Uki Press.
- Sudaryono. (2021). Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Mix Method. In Sudaryono, *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Mix Method* (P. 216). Kota Depok: Pt Rajagrafindo Persada.
- Swarjana, I. (2022). *Populasi- Sampel Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi (Anggota Ikapi).

Jurnal

- Ahmad, K. R., & At Al, .: (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Dan Hubungan Sosial Dalam Kalangan Generasi Z. *Sanskara Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 56.
- Alfaddill, A., & Andary, R. W. (2025). Pengaruh Penggunaan Akun Media Sosial *Instagram* Uss Feeds Terhadap Pemenuhan Informasi. *Journal Of Education, Humaniora And Social Sciences (Jehss)*, 1418- 1425.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika Unand*, 179- 188.
- Anggraeni, I., & Hartono, E. (2023). Pengaruh Konten Dan Kualitas Informasi Akun *Instagram* @Idvolunteeringterhadap pemenuhankebutuhaninformasi Followers. *Jurnalcommunicology* , 229- 242.
- Anggraeni, L., & Mardiana, S. (2025). Penggunaan Media Sosial @Collegemenfess Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mengenai Perkuliahan Bagi Followers. *Indonesian Social Science Review (Issr)*, 33- 42.

- Azahra, A. (2022). Analisis Prediksi Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru Menggunakan Metode Regresi . *Bulletin Of Applied Industrial Engineering Theory*, 75-78.
- Efendi, A., & Et.Al. (2017). Jurnal Penelitian Humaniora, Vol. 18, No. 2, Agustus 2017: 12-24. Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak Di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 12- 24.
- Fajari, N., & Khuntari, D. (2023). Pengaruh Konten *Instagram* Terhadap Pemenuhan Informasi Followers @Wonosobozone. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 42- 55.
- Fajriah, T., & Ningsih , E. R. (2024). Pengaruh Teknologi Komunikasi Terhadap Interaksi Sosial Di Era Digital. *Merdeka Indonesia Journal International (Miji)*, 150.
- H, K. H., Ashri, N., & Irwansyah, D. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori *Uses And Gratification*. *Jurnal Teknologi Dan Informasi Bisnis*, 93.
- Habibah, A. F., & Irwansyah. (2021). Era Masyarakat Informasi Sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Informasi Bisnis* , 350- 363.
- Hanum, L., & Husna, J. (2016). Studi Komparasi Pemanfaatan Media Sosial *Facebook* Dan *Twitter* Oleh Pemustaka Di Perpustakaan Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 314- 350.
- Helen, & Rusdi, F. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun *Instagram* @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Prologia : Jurnal Ilmu Komunikasi Tarumanegara*, 355- 362.
- Indrwan, J., & Et.Al. (2020). Kehadiran Media Baru (*New media*) Dalam Proses Komunikasi Politik. *Medium : Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*, 1- 17.
- Khansa, S. D., & Putri, K. Y. (2021). Pengaruh Akun Media Sosial *Instagram* @Whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca. *Jurnal Interact* , 24- 34.
- M.Zaki, & Saiman. (2021). Kajian Tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian. *Jiip-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* , 115- 118.
- Machali, I. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif. In I. Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif* (P. 80). Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan.

- Manik, C. K. (2024). Pengaruh Penggunaan *Instagram* Terhadap Pembentukan Opini Publik Film Dokumenter Ice Cold Jessica Wong Di Kalangan Mahasiswa Universitas Medan Aree. *Skripsi*, 43.
- Melfina, F. (2023). Pengaruh Kanal Youtube Nihongo Matantappu Terhadap Perubahan Perilaku . *Skripsi*, 35.
- Prajarini, D. (2020). Media Sosial Periklanan *Instagram* . In D. Prajarini, *Media Sosial Periklanan Instagram* (P. 13). Yogyakarta: Group Penerbitan Cv Budi Utama.
- Priana, A., & At.Al. (2022). Hubungan Penggunaan Media Sosial *Instagram @Riliv* Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers. *Journal Of Strategic Communication*, 89.
- Priana, A., Sujipto, V. W., & Romli, N. A. (2022). Hubungan Penggunaan Media Sosial *Instagram @Riliv* dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers. *Journal Of Strategic Communication*, 85- 97.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Evektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 212- 231.
- Puspita, N. A., & Samatan, N. (2022). Efektivitas Media Sosial Akun *Instagram @Detikcom* Dalam Pemenuhan Informasi. *Jurnal Pikma: Publikasi Media Dan Cinema*, 112-117.
- Razania, S. N., & Muhtadin, S. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Penurunan Minat Menikah Di Kalangan Generasi Muda(Studi Kasus Pengguna Aplikasi Media Sosial *Tiktok*). *Hujjah: Jurnal Ilmiah Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 123- 136.
- Saputra, A. (2019). Survei Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan Teori *Uses And Gratification*. *Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 207- 216.
- Sari, A. C., & Et.Al. (2018). Komunikasi Dan Media Sosial. *Researchgate*, 1-10.
- Sarioh, H. L., & Jannah, I. M. (2024). Pemanfaatan *Instagram* Dalam Pembelajaran Kosa Kata Bahasa Arab. *Al-Ma 'any: Jurnal Bahasa Dan Sastra Arab*, 56.
- Sitompul, P., & Et.Al. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ketenagakerjaan Di Kalangan Angkatan Kerja Muda Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 203- 222.
- Sutrisnio, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial *Instagram @Humasbdg* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 131.

- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial *Instagram @Humasbdg* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 119.
- Syahputri, A. Z., & Et.Al. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 160- 166.
- Trianita, Y., Nasher, A., & Maria. (2022). Pengaruh Konten *Tiktok* Dr. Yessica Tania (@Dr.Ziee) Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Followers. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 54- 65.
- Utomo, D. F., & Gama, A. W. (2023). Penyuluhan Peningkatan Ketrampilan Komunikasi Petugas Keluhan Di Pt Pln (Persero) Unit Layanan Pelanggan Kuta. *Bantenese Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 228- 241.
- Wacaksana, D. A., & Anggraini, R. (2023). Pengaruh *Instagram @Detikcom* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Eastasouth Journal Of Positive Community Services*, 55- 79.
- Wakas, J. E., & Wulage, M. B. (2021). Analisis Teori *uses And Gratification*: Motif Menonton konten Firman Tuhan influencer kristen Pada Media sosial *Tiktok*. *Jurnal Misiologi Dan Komunikasi Kristen Iakn* , 25-44.

Sumber Lain

- <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2025/>
- <https://napoleoncat.com/stats/Instagram-users-in-indonesia/2025/01/>
- <https://bif.telkomuniversity.ac.id/skala-likert-definisi-fungsi-dan-panduan-lengkap/>
- <https://medan.tribunnews.com/2025/01/08/kominfo-jalani-sidang-sengketa-informasi-publik-pemohon-desak-transparansi>

L A M P I R A N



Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Pengaruh Penggunaan Media Sosial *Instagram* @diskominfoMedan Terhadap Pemenuhan Informasi Followers.

Salam sejahtera untuk kita semua.

Perkenalkan saya Ayu Lovina Barimbing mahasiswi Universitas Medan Area fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Jurusan Ilmu Komunikasi yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan. Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial *Instagram* @diskominfoMedan Terhadap Pemenuhn Informasi Followers”

Kuesioner ini digunakan sebagai instrument pengumpulan data. Seluruh jawaban yang anda berikan bersifat rahasia, hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

Oleh karena itu, saya memohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan kondisi yang saudara/i alami. Pengisian kuesioner ini memerlukan waktu 3-5 menit.

Atas waktu dan kesediaan saudara/i, saya mengucapkan Terimakasih.

Identitas Pengisi Kuesioner

Nama :

Usia :

Domisili :

Pekerjaan :

Jenis Kelamin :

Petunjuk Pengisian Kuesioner

5 :Sangat Setuju (SS)

4 :Setuju (S)

3 :Netral (N)

2 :Tidak Setuju (TS)

1 :Sangat Tidak Setuju (STS)

Variabel X Media Sosial <i>Instagram</i> @diskominfoMedan							
No	Indikator	Pernyataan	Jawaban				
			SS	S	N	TS	STS
1	Pesan yang disampaikan sangat baik sehingga menarik perhatian	Pesan yang disampaikan melalui akun <i>Instagram</i> @diskominfoMedan sangat jelas					
		Pesan yang ditampilkan akun <i>Instagram</i> @diskominfoMedan mudah di pahami					
		Informasi yang disampaikan terasa relevan dan tidak membingungkan.					
2	Informasi menarik perhatian, sesuai kebutuhan, Bahasa baik dan mudah di pahami	Informasi yang di posting <i>Instagram</i> @diskominfoMedan disampaikan sesuai dengan kebutuhan saya					
		Konten yang ditampilkan <i>Instagram</i> @diskominfoMedan menarik perhatian saya sejak awal					
		Bahasa yang digunakan dalam konten <i>Instagram</i> @diskominfoMedan mudah dipahami					
		Penyampaian informasi di <i>Instagram</i> @diskominfoMedan rapi dan tidak bertele-tele					
3	Mampu Menjaga Hubungan, Followers Merasa dekat	Akun <i>Instagram</i> @diskominfoMedan mampu menjaga hubungan baik dengan pengikut					
		Interaksi antara <i>Instagram</i> @diskominfoMedan dan pengikut membuat saya merasa di hargai					
		Saya merasa lebih terhubung dengan informasi yang disampaikan akun <i>Instagram</i> @diskominfoMedan tersebut					
4	Kemampuan memberi tanggapan	Akun <i>Instagram</i> @diskominfoMedan responsif dalam memberikan tanggapan atas pertanyaan					
		Akun <i>Instagram</i> @dikominfoMedan memberikan ruang bagi pengikut untuk menyampaikan pendapat.					
		Akun <i>Instagram</i> @diskominfoMedan menanggapi komentar atau masukan dari pengikut.					

Variabel Y Pemenuhan Informasi Followers							
No	Indikator	Pernyataan	Jawaban				
			SS	S	N	TS	STS
1	Memberikan informasi berguna dan menjawab rasa penasaran	Konten yang dibagikan <i>Instagram</i> @diskominfoMedan memberikan informasi yang saya butuhkan					
		Dari akun <i>Instagram</i> @diskominfoMedan saya mendapatkan penjelasan yang menjawab rasa penasaran saya					
		Informasi yang dibagikan <i>Instagram</i> @diskominfoMedan menambah wawasan saya					
2	Memberikan Hiburan	Konten yang dibagikan <i>Instagram</i> @diskominfoMedan tidak hanya informatif tetapi juga menghibur					
		Saya merasa senang Ketika melihat konten yang diposting <i>Instagram</i> @diskominfoMedan					
		Informasi yang disampaikan instgram @diskominfoMedan mampu menciptakan perasaan positif bagi saya.					
3	Menjadi pengikut, Ketertarikan untuk menambah informasi	Saya mengikuti <i>Instagram</i> @diskominfoMedan karena tertarik dengan konten yang dibagikan					
		Saya merasa konten yang disediakan @diskominfoMedan membantu meningkatkan pemahaman pribadi saya.					
		Saya selalu memantau postingan / konten terbaru yang di unggah oleh instgram @diskominfoMedan.					
4	Bahan pembicaraan dengan orang lain	Informasi yang saya dapat dari akun <i>Instagram</i> @diskominfoMedan sering saya jadikan bahan diskusi dengan orang lain					
		Konten yang disajikan instgram @diskominfoMedan membantu saya tetap mengikuti isu yang sedang dibicarakan					
		Informasi yang disajikan <i>Instagram</i> @diskominfoMedan membantu saya berinteraksi dalam lingkungan saya					

Lampiran 2 Tabulasi Data Variabel X

No	Timestamp	Nama	Usia	Domisili	Status	Jenis Kelamin	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	Total X
1	07/01/2026 20:28	radit	19	Batu Bara	Bekerja	L	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	51
2	08/01/2026 21:16	Meliala Silaen	23	Medan	Bekerja	P	3	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4	2	45
3	09/01/2026 19:46	Dea Salsabila	30	Medan	Bekerja	P	4	4	5	5	4	3	4	2	3	1	2	1	38
4	09/01/2026 19:48	IKA PURNAMA SARI	25	Medan	Bekerja	P	3	4	4	2	4	5	5	3	4	4	4	3	45
5	10/01/2026 11:23	Jusman Jayjosh	46	Medan	Bekerja	L	4	3	4	5	3	4	4	3	2	1	3	2	38
6	10/01/2026 12:14	Lusi	24	Medan	Bekerja	P	4	5	5	5	4	3	4	4	3	3	4	2	46
7	10/01/2026 16:08	Jonathan Frans Willy Pasaribu	19	Medan	Bekerja	L	3	4	4	5	4	4	5	2	4	4	4	5	48
8	10/01/2026 18:39	Samuel	30	Medan	Bekerja	L	4	3	4	5	4	5	4	2	5	3	2	3	42
9	10/01/2026 19:00	Rahel Pebriani Sipahutar	20	Jambi	Mahasiswa	P	3	4	4	5	4	4	3	3	4	2	2	1	49
10	10/01/2026 19:25	Rijel Sagala	22	Medan	Bekerja	L	2	4	4	5	3	4	2	3	4	3	3	2	41
11	10/01/2026 19:43	Christoper	22	SUMSEL	Bekerja	L	5	5	4	2	5	4	4	2	4	3	4	2	46
12	11/01/2026 12:26	maria	22	Medan	Mahasiswa	P	4	5	4	5	3	5	4	3	5	3	4	2	49
13	11/01/2026 12:59	Juli Pardosi	22	Medan	Mahasiswa	P	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	2	41
14	11/01/2026 17:44	Richard Sitorus	28	Medan	Bekerja	L	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	2	41
15	11/01/2026 18:50	Geby Situmorang	22	Medan	Bekerja	P	4	5	5	4	3	4	4	2	4	3	4	4	42
16	12/01/2026 10:07	Alex Zander Siregar	22	Medan	Mahasiswa	L	2	4	3	4	4	3	2	2	2	2	2	1	37
17	13/01/2026 07:23	shandy	19	Medan	Mahasiswa	L	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	2	41
18	13/01/2026 09:31	Resti	26	Medan	Bekerja	P	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	30
19	13/01/2026 18:20	Insan	27	Medan	Bekerja	P	5	4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	2	41
20	13/01/2026 19:52	Rahayu	43	Medan	Bekerja	P	4	4	3	4	4	5	4	2	5	3	3	2	44
21	14/01/2026 05:50	Femi	23	Medan	Bekerja	P	5	2	4	4	4	4	3	4	4	2	2	1	39
22	14/01/2026 08:17	Juniati	21	Medan	Mahasiswa	P	4	3	3	4	4	5	4	3	5	2	2	2	41
23	14/01/2026 19:14	Morina Panjaitan	21	Medan	Mahasiswa	P	4	4	5	4	3	4	4	2	4	4	4	2	43
24	15/01/2026 14:38	Goklas Manurung	40	Medan	Bekerja	L	2	4	4	4	4	3	2	3	3	2	2	1	34
25	15/01/2026 15:00	Widya	18	Medan	Mahasiswa	P	3	3	4	4	5	4	3	3	4	5	5	4	47
26	16/01/2026 11:26	Tiara	17	Medan	Pelajar	P	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	38
27	16/01/2026 11:28	Viola	17	Medan	Pelajar	P	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	2	42
28	16/01/2026 11:47	Jesihandayani	35	Medan	Bekerja	P	2	4	4	5	3	4	4	2	3	2	2	1	36
29	16/01/2026 11:55	Jago pane	29	Medan	Bekerja	L	4	5	3	4	4	5	4	4	5	3	3	3	43
30	16/01/2026 12:14	Briliance Putra Waruwu	24	Medan	Mahasiswa	L	1	3	3	4	4	4	4	4	1	2	4	2	42
31	16/01/2026 12:42	Tumpal Pasaribu	27	Medan	Bekerja	L	4	4	4	3	2	5	3	2	3	4	3	2	39
32	16/01/2026 12:48	Agnes Nababan	32	Medan	Bekerja	P	4	4	5	4	3	4	4	3	4	3	3	2	43
33	16/01/2026 12:51	Nael	23	Medan	Mahasiswa	L	4	3	2	4	4	5	4	4	5	3	2	2	42
34	16/01/2026 13:13	Adit	20	Medan	Mahasiswa	L	4	3	4	4	5	5	4	2	5	3	3	2	44
35	16/01/2026 13:17	Cindy	22	Medan	Mahasiswa	P	2	4	4	5	4	4	3	2	1	2	2	2	35
36	16/01/2026 13:25	Danria	38	Medan	Bekerja	P	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	2	39

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 29/7/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repositori.uma.ac.id)29/7/26

37	16/01/2026 13:37	Siti Munthe	26	Medan	Bekerja	P	4	4	4	5	5	5	3	4	3	4	4	5	50
38	16/01/2026 14:10	Farhan	27	Medan	Bekerja	L	4	4	5	4	4	4	4	2	4	1	4	2	42
39	16/01/2026 14:51	Harapan	31	Medan	Bekerja	L	3	4	4	2	4	4	4	3	3	2	2	2	49
40	16/01/2026 14:54	Salsabila	35	Medan	Bekerja	P	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	41
41	16/01/2026 15:45	Zahara	23	Medan	Bekerja	P	4	3	4	4	2	5	4	4	3	4	4	5	46
42	16/01/2026 16:27	Gopas Pasaribu	26	Bengkulu	Bekerja	L	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	49
43	16/01/2026 17:41	Lutfi Siregar	31	Medan	Bekerja	L	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	41
44	16/01/2026 17:43	Rinda	45	Medan	Bekerja	P	3	4	4	4	5	3	5	3	3	3	2	2	41
45	16/01/2026 17:58	Nanda Satria	19	Medan	Mahasiswa	P	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	2	42
46	16/01/2026 18:13	Aliya	21	Medan	Mahasiswa	P	5	4	4	3	3	4	2	2	4	2	2	2	37
47	16/01/2026 18:22	Silvia	21	Medan	Mahasiswa	P	4	3	4	3	3	5	4	4	5	3	1	2	41
48	16/01/2026 18:41	Amel	19	Medan	Mahasiswa	P	2	3	2	4	3	3	2	2	3	2	2	2	30
49	16/01/2026 18:44	Winda	19	Medan	Mahasiswa	P	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	2	1	47
50	16/01/2026 19:19	sanni parhusip	20	Medan	Mahasiswa	P	5	4	3	4	3	5	5	3	5	3	3	2	29
51	16/01/2026 19:21	Krisda yanti sagala	19	Medan	Mahasiswa	P	5	4	3	4	4	5	5	3	5	2	2	4	46
52	16/01/2026 19:21	Tiar sinurat	24	Medan	Bekerja	P	4	4	5	5	4	4	4	4	4	1	5	3	47
53	16/01/2026 19:33	Jesika Manurung	20	Medan	Mahasiswa	P	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	29
54	16/01/2026 20:00	Yanto Pernando Hutapea	24	Lampung	Mahasiswa	L	1	4	4	2	4	5	4	2	2	4	4	2	38
55	16/01/2026 20:08	Martina Y Barimbing	24	Medan	Bekerja	P	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	3	2	44
56	16/01/2026 21:51	Yemima sagala	19	Medan	Mahasiswa	P	4	4	3	4	4	4	3	4	4	2	2	2	40
57	17/01/2026 08:55	Ganda	28	Medan	Bekerja	L	2	3	2	4	3	2	2	2	2	2	1	5	30
58	17/01/2026 08:58	Leo	40	Medan	Bekerja	L	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	49
59	17/01/2026 09:00	Leksaudi	17	Medan	Pelajar	L	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	36
60	17/01/2026 09:18	Christine Angelina Manurung	24	Medan	Bekerja	P	5	4	2	4	4	5	5	3	5	4	4	4	40
61	17/01/2026 09:25	Syifa Melani	20	Medan	Mahasiswa	P	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	50
62	17/01/2026 09:51	Rista Ulina	22	Medan	Mahasiswa	P	2	4	2	4	3	4	3	4	3	3	3	1	36
63	17/01/2026 09:53	Beatriks	31	Medan	Bekerja	P	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	1	1	40
64	17/01/2026 10:36	Deli Fatresia Tarihoran	21	Medan	Mahasiswa	P	4	4	3	4	4	4	3	2	3	2	2	1	36
65	17/01/2026 11:27	Ernita Parhusip	34	Medan	Bekerja	P	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	3	2	47
66	17/01/2026 11:29	Meisya Putri	17	Medan	Pelajar	P	2	4	2	3	4	3	2	4	3	3	3	2	35
67	17/01/2026 12:45	Marito Sagala	26	Batam	Bekerja	P	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	2	42
68	17/01/2026 13:35	Tiara	23	Medan	Bekerja	P	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	52
69	17/01/2026 14:01	Safitri	41	Medan	Bekerja	P	4	3	2	2	4	4	2	2	3	3	2	2	46
70	17/01/2026 14:03	Mesak	24	Medan	Bekerja	L	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	2	40
71	17/01/2026 14:04	Sepelita Pasaribu	23	Medan	Mahasiswa	P	5	4	2	4	2	4	3	3	4	4	4	4	43
72	17/01/2026 14:05	Briko	18	Medan	Pelajar	L	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	3	46
73	17/01/2026 14:22	Harahap	36	Medan	Bekerja	L	4	4	5	3	4	4	2	3	4	4	2	1	40
74	17/01/2026 14:34	Theresia	21	Medan	Mahasiswa	P	3	4	4	5	5	4	5	3	4	3	2	1	43
75	17/01/2026 14:54	Yohannes	39	Medan	Bekerja	L	3	4	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	38
76	17/01/2026 15:14	Sampe saut sagala	18	Medan	Mahasiswa	L	3	4	5	4	4	4	3	4	2	2	2	2	39
77	17/01/2026 16:45	Lasria silaen	25	SUMSEL	Bekerja	P	4	4	4	2	2	4	3	4	3	5	5	5	45

UNIVERSITAS MEDAN AREA

78	17/01/2026 17:00	arya	19	Medan	Mahasiswa	L	4	4	2	4	5	4	4	4	2	2	2	2	39
79	17/01/2026 18:38	Jernita Pasaribu	19	Medan	Mahasiswa	P	3	4	4	4	5	3	3	2	3	2	3	3	37
80	17/01/2026 19:16	Riris Sagala	22	Medan	Mahasiswa	P	4	5	4	3	4	4	3	4	4	2	2	2	45
81	17/01/2026 19:45	Rendi	28	Medan	Bekerja	L	2	3	4	4	4	4	2	3	3	2	2	3	36
82	17/01/2026 19:47	Sovy	25	Medan	Bekerja	P	2	4	3	4	5	5	2	3	3	1	1	4	37
83	17/01/2026 19:49	Erika	17	Medan	Pelajar	P	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	45
84	17/01/2026 20:01	Fitri	21	Medan	Mahasiswa	P	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
85	17/01/2026 20:04	MARTIN J S PANE	20	Medan	Mahasiswa	L	3	4	5	5	4	4	3	3	4	4	3	3	45
86	17/01/2026 20:28	Vivi	20	Medan	Mahasiswa	P	5	5	5	5	4	5	5	3	5	3	2	1	48
87	17/01/2026 20:29	Kezia	20	Medan	Mahasiswa	P	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	4	1	38
88	17/01/2026 23:25	Elan Tiolina Siringoringo	18	Medan	Mahasiswa	P	5	3	2	5	4	5	5	2	5	2	2	1	41
89	18/01/2026 08:24	ALWI TANJUNG	20	Medan	Mahasiswa	L	2	4	3	4	3	4	2	4	4	2	2	2	65
90	18/01/2026 12:04	Dendy	26	Medan	Bekerja	L	4	4	4	3	4	4	3	2	3	2	2	2	71
91	18/01/2026 12:09	Rafliy	44	Medan	Bekerja	L	2	3	4	4	4	4	2	2	4	4	5	2	40
92	18/01/2026 20:31	Rio	37	Medan	Bekerja	L	3	3	2	4	4	4	3	3	4	2	2	2	36
93	18/01/2026 20:33	M Dayat	26	Medan	Bekerja	L	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	29
94	18/01/2026 20:34	Iska	18	Medan	Pelajar	P	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	2	42
95	18/01/2026 21:05	Ona Purba	28	Medan	Bekerja	P	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3	2	2	42
96	18/01/2026 21:15	Ani Safitri	23	Medan	Bekerja	P	3	4	4	4	2	2	3	3	3	1	3	2	34
97	18/01/2026 23:09	ribka	22	Medan	Mahasiswa	P	5	4	4	4	4	4	3	2	4	2	2	1	39
98	20/01/2026 14:01	Ica Dina Novita	21	Medan	Mahasiswa	P	2	4	5	4	3	4	2	3	4	4	3	2	40
99	20/01/2026 20:19	Natasya Pinem	20	Medan	Mahasiswa	P	2	3	3	4	4	5	2	2	3	3	1	2	34
100	20/01/2026 22:43	Tamiya Ramadhani	23	Medan	Mahasiswa	P	5	4	3	4	5	4	4	3	5	4	5	4	50

Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Y

No	Timestamp	Nama	Usia	Domisili	Status	Jenis Kelamin	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Total Y
1	07/01/2026 20:28	radit	19	Batu Bara	Bekerja	L	5	5	4	4	5	5	3	4	4	4	5	5	53
2	08/01/2026 21:16	Meliala Silaen	23	Medan	Bekerja	P	5	5	5	3	4	4	3	4	5	4	4	4	50
3	09/01/2026 19:46	Dea Salsabila	30	Medan	Bekerja	P	4	5	5	3	3	3	2	3	4	2	3	4	41
4	09/01/2026 19:48	IKA PURNAMA SARI	25	Medan	Bekerja	P	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5	50
5	10/01/2026 11:23	Jusman Jayjosh	46	Medan	Bekerja	L	4	4	4	4	3	4	2	2	4	4	3	4	42
6	10/01/2026 12:14	Lusi	24	Medan	Bekerja	P	4	4	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	44
7	10/01/2026 16:08	Jonathan Frans Willy Pasaribu	19	Medan	Bekerja	L	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	47
8	10/01/2026 18:39	Samuel	30	Medan	Bekerja	L	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	46
9	10/01/2026 19:00	Rahel Pebriani Sipahutar	20	Jambi	Mahasiswa	P	4	5	4	4	4	4	5	4	3	2	4	5	48
10	10/01/2026 19:25	Rijel Sagala	22	Medan	Bekerja	L	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	4	43
11	10/01/2026 19:43	Christoper	22	SUMSEL	Bekerja	L	4	4	4	5	3	4	3	4	3	4	4	3	45
12	11/01/2026 12:26	maria	22	Medan	Mahasiswa	P	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	52
13	11/01/2026 12:59	Juli Pardosi	22	Medan	Mahasiswa	P	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	51
14	11/01/2026 17:44	Richard Sitorus	28	Medan	Bekerja	L	4	3	4	4	4	5	2	3	5	4	4	3	45
15	11/01/2026 18:50	Geby Situmorang	22	Medan	Bekerja	P	4	4	5	3	4	4	4	3	4	3	4	4	46
16	12/01/2026 10:07	Alex Zander Siregar	22	Medan	Mahasiswa	L	5	4	3	4	2	3	4	2	2	2	3	3	37
17	13/01/2026 07:23	shandy	19	Medan	Mahasiswa	L	5	4	4	5	2	3	4	3	4	4	4	4	46
18	13/01/2026 09:31	Resti	26	Medan	Bekerja	P	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	44
19	13/01/2026 18:20	Insan	27	Medan	Bekerja	P	5	5	4	5	3	3	4	3	4	2	3	3	44
20	13/01/2026 19:52	Rahayu	43	Medan	Bekerja	P	4	4	3	4	5	5	4	5	3	3	3	3	46
21	14/01/2026 05:50	Femi	23	Medan	Bekerja	P	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	4	42
22	14/01/2026 08:17	Juniati	21	Medan	Mahasiswa	P	4	3	3	4	4	3	4	5	3	2	3	4	42
23	14/01/2026 19:14	Morina Panjaitan	21	Medan	Mahasiswa	P	4	4	5	2	3	4	4	4	4	3	4	5	46
24	15/01/2026 14:38	Goklas Manurung	40	Medan	Bekerja	L	5	5	4	5	4	5	4	3	4	2	3	3	47
25	15/01/2026 15:00	Widya	18	Medan	Mahasiswa	P	4	4	4	3	4	2	3	4	4	5	5	5	47
26	16/01/2026 11:26	Tiara	17	Medan	Pelajar	P	4	4	4	2	4	4	4	3	5	3	3	4	44
27	16/01/2026 11:28	Viola	17	Medan	Pelajar	P	4	4	3	4	5	4	3	2	3	3	4	4	43
28	16/01/2026 11:47	Jesihandayani	35	Medan	Bekerja	P	4	5	4	5	4	3	2	3	4	2	3	3	42
29	16/01/2026 11:55	Jago pane	29	Medan	Bekerja	L	4	4	3	5	5	3	4	5	3	3	3	3	45
30	16/01/2026 12:14	Briliance Putra Waruwu	24	Medan	Mahasiswa	L	4	4	3	5	2	1	4	3	5	4	5	4	44
31	16/01/2026 12:42	Tumpal Pasaribu	27	Medan	Bekerja	L	5	5	4	5	4	4	5	3	4	4	3	3	49
32	16/01/2026 12:48	Agnes Nababan	32	Medan	Bekerja	P	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	47

UNIVERSITAS MEDAN AREA

33	16/01/2026 12:51	Nael	23	Medan	Mahasiswa	L	4	4	2	2	5	3	4	5	3	3	3	3	41
34	16/01/2026 13:13	Adit	20	Medan	Mahasiswa	L	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	49
35	16/01/2026 13:17	Cindy	22	Medan	Mahasiswa	P	4	5	4	5	5	4	3	4	2	3	2	2	43
36	16/01/2026 13:25	Dameria	38	Medan	Bekerja	P	5	4	4	4	5	3	4	3	3	3	3	4	45
37	16/01/2026 13:37	Siti Munthe	26	Medan	Bekerja	P	5	5	4	2	4	5	3	3	3	4	4	5	47
38	16/01/2026 14:10	Farhan	27	Medan	Bekerja	L	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	48
39	16/01/2026 14:51	Harapan	31	Medan	Bekerja	L	4	4	4	3	4	4	3	2	2	2	2	3	37
40	16/01/2026 14:54	Salsabila	35	Medan	Bekerja	P	4	5	4	4	5	4	3	4	4	3	3	3	46
41	16/01/2026 15:45	Zahara	23	Medan	Bekerja	P	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	5	4	49
42	16/01/2026 16:27	Gopas Pasaribu	26	Bengkulu	Bekerja	L	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
43	16/01/2026 17:41	Lutfi Siregar	31	Medan	Bekerja	L	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	43
44	16/01/2026 17:43	Rinda	45	Medan	Bekerja	P	5	4	4	4	5	3	3	2	3	3	3	4	43
45	16/01/2026 17:58	Nanda Satria	19	Medan	Mahasiswa	P	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	46
46	16/01/2026 18:13	Aliya	21	Medan	Mahasiswa	P	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	3	3	42
47	16/01/2026 18:22	Silvia	21	Medan	Mahasiswa	P	3	5	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	49
48	16/01/2026 18:41	Amel	19	Medan	Mahasiswa	P	4	4	2	4	1	3	2	3	4	2	3	4	36
49	16/01/2026 18:44	Winda	19	Medan	Mahasiswa	P	4	4	4	3	4	4	3	4	2	4	2	3	41
50	16/01/2026 19:19	sanni parhusip	20	Medan	Mahasiswa	P	5	5	3	4	2	5	5	5	5	3	3	4	49
51	16/01/2026 19:21	Krisda yanti sagala	19	Medan	Mahasiswa	P	5	4	3	5	4	5	5	5	5	2	4	3	50
52	16/01/2026 19:21	Tiar sinurat	24	Medan	Bekerja	P	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	51
53	16/01/2026 19:33	Jesika Manurung	20	Medan	Mahasiswa	P	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	33
54	16/01/2026 20:00	Yanto Pernando Hutapea	24	Lampung	Mahasiswa	L	5	4	4	4	5	5	4	2	5	4	5	3	50
55	16/01/2026 20:08	Martina Y Barimbing	24	Medan	Bekerja	P	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	47
56	16/01/2026 21:51	Yemima sagala	19	Medan	Mahasiswa	P	4	4	3	4	3	4	3	3	4	2	3	3	40
57	17/01/2026 08:55	Ganda	28	Medan	Bekerja	L	4	4	2	5	4	2	2	2	5	4	4	5	43
58	17/01/2026 08:58	Leo	40	Medan	Bekerja	L	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	53
59	17/01/2026 09:00	Leksaudi	17	Medan	Pelajar	L	5	5	3	5	4	4	4	4	4	3	3	4	48
60	17/01/2026 09:18	Christine Angelina Manurung	24	Medan	Bekerja	P	4	4	2	3	5	5	5	5	5	4	5	5	52
61	17/01/2026 09:25	Syifa Melani	20	Medan	Mahasiswa	P	4	4	3	5	4	5	4	4	3	4	5	5	50
62	17/01/2026 09:51	Rista Ulina	22	Medan	Mahasiswa	P	5	5	2	5	5	4	3	3	4	3	3	3	45
63	17/01/2026 09:53	Beatriks	31	Medan	Bekerja	P	3	4	3	5	4	4	4	3	3	4	3	3	43
64	17/01/2026 10:36	Deli Fatresia Tarihoran	21	Medan	Mahasiswa	P	4	4	3	4	4	4	3	3	2	2	4	5	42
65	17/01/2026 11:27	Ernita Parhusip	34	Medan	Bekerja	P	5	5	4	4	3	5	4	5	5	3	3	3	49
66	17/01/2026 11:29	Meisya Putri	17	Medan	Pelajar	P	5	4	2	3	4	3	2	3	5	3	3	2	39
67	17/01/2026 12:45	Marito Sagala	26	Batam	Bekerja	P	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	44
68	17/01/2026 13:35	tiara	23	Medan	Bekerja	P	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	51
69	17/01/2026 14:01	Safri	41	Medan	Bekerja	P	3	3	2	3	4	4	2	3	4	3	3	3	37

70	17/01/2026 14:03	Mesak	24	Medan	Bekerja	L	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	42
71	17/01/2026 14:04	Sepelita Pasaribu	23	Medan	Mahasiswa	P	4	4	2	5	4	4	3	4	5	4	4	4	47
72	17/01/2026 14:05	Briko	18	Medan	Pelajar	L	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	45
73	17/01/2026 14:22	Harahap	36	Medan	Bekerja	L	4	4	5	5	4	4	2	4	5	4	5	5	51
74	17/01/2026 14:34	Theresia	21	Medan	Mahasiswa	P	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4	50
75	17/01/2026 14:54	Yohannes	39	Medan	Bekerja	L	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	40
76	17/01/2026 15:14	Sampe saut sagala	18	Medan	Mahasiswa	L	4	4	5	4	3	4	4	2	4	3	3	3	43
77	17/01/2026 16:45	Lasria silaen	25	SUMSEL	Bekerja	P	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	44
78	17/01/2026 17:00	arya	19	Medan	Mahasiswa	L	3	4	2	4	4	4	4	2	4	3	3	3	40
79	17/01/2026 18:38	Jernita Pasaribu	19	Medan	Mahasiswa	P	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	39
80	17/01/2026 19:16	Riris Sagala	22	Medan	Mahasiswa	P	4	3	4	5	3	4	3	4	4	2	3	3	42
81	17/01/2026 19:45	Rendi	28	Medan	Bekerja	L	5	4	4	4	4	4	2	3	4	2	3	3	42
82	17/01/2026 19:47	Sovy	25	Medan	Bekerja	P	4	4	3	3	4	5	2	3	4	3	2	2	39
83	17/01/2026 19:49	Erika	17	Medan	Pelajar	P	5	4	4	4	3	4	3	2	4	3	3	3	42
84	17/01/2026 20:01	Fitri	21	Medan	Mahasiswa	P	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	26
85	17/01/2026 20:04	MARTIN J S PANE	20	Medan	Mahasiswa	L	4	3	5	2	4	4	5	4	5	2	3	3	44
86	17/01/2026 20:28	Vivi	20	Medan	Mahasiswa	P	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	2	3	49
87	17/01/2026 20:29	Kezia	20	Medan	Mahasiswa	P	4	4	4	5	3	4	5	2	4	3	4	4	46
88	17/01/2026 23:25	Elan Tiolina Siringoringo	18	Medan	Mahasiswa	P	4	4	2	3	5	5	5	5	4	2	4	4	47
89	18/01/2026 08:24	ALWI TANJUNG	20	Medan	Mahasiswa	L	4	4	3	4	5	4	2	4	4	2	3	2	41
90	18/01/2026 12:04	Dendy	26	Medan	Bekerja	L	4	4	4	3	4	4	4	3	5	2	2	2	41
91	18/01/2026 12:09	Rafliy	44	Medan	Bekerja	L	5	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	46
92	18/01/2026 20:31	Rio	37	Medan	Bekerja	L	5	4	2	4	4	4	5	4	4	2	3	3	44
93	18/01/2026 20:33	M Dayat	26	Medan	Bekerja	L	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	35
94	18/01/2026 20:34	Iska	18	Medan	Pelajar	P	5	4	3	4	4	4	4	4	5	3	3	3	46
95	18/01/2026 21:05	Ona Purba	28	Medan	Bekerja	P	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	2	40
96	18/01/2026 21:15	Ani Safitri	23	Medan	Bekerja	P	5	3	4	4	2	3	3	3	2	3	3	3	38
97	18/01/2026 23:09	ribka	22	Medan	Mahasiswa	P	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	2	42
98	20/01/2026 14:01	Ica Dina Novita	21	Medan	Mahasiswa	P	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	3	4	50
99	20/01/2026 20:19	Natasya Pinem	20	Medan	Mahasiswa	P	5	4	3	5	4	3	5	3	4	3	3	2	44
100	20/01/2026 22:43	Tamiya Ramadhani	23	Medan	Mahasiswa	P	5	4	3	4	4	4	5	3	4	4	5	4	49

Lampiran 4 r Tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 29/7/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repositori.uma.ac.id)29/7/26

92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 5 t Tabel

t Tabel (df = 81 -120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326

115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Variabel X

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	Total X
X1	Pearson Correlation	1	.214*	.102	.098	.135	.352**	.508**	.116	.532**	.178	.165	.095	.395**
	Sig. (2-tailed)		.033	.315	.334	.180	.000	.000	.251	.000	.076	.101	.347	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.214*	1	.342**	.147	.116	.118	.218*	.099	.125	.127	.192	.024	.390**
	Sig. (2-tailed)	.033		.000	.144	.251	.242	.029	.329	.216	.206	.056	.813	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.102	.342**	1	.222*	.074	.050	.167	-.016	.060	.097	.247*	-.052	.340**
	Sig. (2-tailed)	.315	.000		.026	.466	.624	.096	.872	.551	.335	.013	.606	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4	Pearson Correlation	.098	.147	.222*	1	.220*	.158	.242*	.096	.219*	-.005	.044	.022	.287**
	Sig. (2-tailed)	.334	.144	.026		.028	.117	.015	.340	.029	.960	.661	.827	.004
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X5	Pearson Correlation	.135	.116	.074	.220*	1	.264**	.214*	.131	.229*	.111	-.009	.082	.378**
	Sig. (2-tailed)	.180	.251	.466	.028		.008	.033	.194	.022	.272	.930	.415	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X6	Pearson Correlation	.352**	.118	.050	.158	.264**	1	.409**	.239*	.542**	.366**	.156	.165	.480**
	Sig. (2-tailed)	.000	.242	.624	.117	.008		.000	.017	.000	.000	.122	.100	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X7	Pearson Correlation	.508**	.218*	.167	.242*	.214*	.409**	1	.140	.381**	.226*	.310**	.125	.439**
	Sig. (2-tailed)	.000	.029	.096	.015	.033	.000		.164	.000	.024	.002	.216	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X8	Pearson Correlation	.116	.099	-.016	.096	.131	.239*	.140	1	.143	.198*	.142	.191	.335**
	Sig. (2-tailed)	.251	.329	.872	.340	.194	.017	.164		.156	.048	.160	.057	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X9	Pearson Correlation	.532**	.125	.060	.219*	.229*	.542**	.381**	.143	1	.299**	.097	.080	.421**
	Sig. (2-tailed)	.000	.216	.551	.029	.022	.000	.000	.156		.003	.335	.429	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 29/7/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repositori.uma.ac.id)29/7/26

X10	Pearson	.178	.127	.097	-.005	.111	.366**	.226*	.198*	.299**	1	.537**	.435**	.478**
	Correlation													
	Sig. (2-tailed)	.076	.206	.335	.960	.272	.000	.024	.048	.003		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X11	Pearson	.165	.192	.247*	.044	-.009	.156	.310**	.142	.097	.537**	1	.444**	.429**
	Correlation													
	Sig. (2-tailed)	.101	.056	.013	.661	.930	.122	.002	.160	.335	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X12	Pearson	.095	.024	-.052	.022	.082	.165	.125	.191	.080	.435**	.444**	1	.315**
	Correlation													
	Sig. (2-tailed)	.347	.813	.606	.827	.415	.100	.216	.057	.429	.000	.000		.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X	Pearson	.395**	.390**	.340**	.287**	.378**	.480**	.439**	.335**	.421**	.478**	.429**	.315**	1
	Correlation													
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.004	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Total Y
Y1	Pearson	1	.364**	.117	.188	-.042	.098	.173	.030	.137	.010	.099	.012	.309**
	Correlation													
	Sig. (2-tailed)		.000	.247	.061	.680	.333	.085	.765	.173	.924	.329	.902	.002
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson	.364**	1	.221*	.311**	.172	.289**	.204*	.224*	.241*	.065	.061	.186	.373**
	Correlation													
	Sig. (2-tailed)	.000		.027	.002	.088	.004	.042	.025	.016	.523	.544	.064	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson	.117	.221*	1	-.036	-.044	.075	.090	-.011	.110	.199*	.090	.182	.314**
	Correlation													
	Sig. (2-tailed)	.247	.027		.720	.665	.458	.375	.912	.275	.047	.375	.069	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson	.188	.311**	-.036	1	-.049	.071	.111	.020	.108	.046	.112	-.003	.280**
	Correlation													
	Sig. (2-tailed)	.061	.002	.720		.631	.481	.270	.841	.285	.648	.267	.974	.005
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson	-.042	.172	-.044	-.049	1	.304**	.099	.201*	.026	.144	.049	-.007	.318**
	Correlation													
	Sig. (2-tailed)	.680	.088	.665	.631		.002	.326	.045	.795	.153	.626	.946	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson	.098	.289**	.075	.071	.304**	1	.328**	.567**	.282**	.241*	.226*	.179	.484**
	Correlation													

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 29/7/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repositori.uma.ac.id)29/7/26

Y7	Sig. (2-tailed)	.333	.004	.458	.481	.002		.001	.000	.004	.016	.024	.074	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.173	.204*	.090	.111	.099	.328**	1	.298**	.184	.101	.202*	.122	.306**
Y8	Sig. (2-tailed)	.085	.042	.375	.270	.326	.001		.003	.067	.316	.044	.225	.002
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.030	.224*	-.011	.020	.201*	.567**	.298**	1	.294**	.088	.170	.197*	.371**
Y9	Sig. (2-tailed)	.765	.025	.912	.841	.045	.000	.003		.003	.381	.091	.049	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.137	.241*	.110	.108	.026	.282**	.184	.294**	1	.315**	.346**	.208*	.308**
Y10	Sig. (2-tailed)	.173	.016	.275	.285	.795	.004	.067	.003		.001	.000	.038	.002
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.010	.065	.199*	.046	.144	.241*	.101	.088	.315**	1	.517**	.411**	.431**
Y11	Sig. (2-tailed)	.924	.523	.047	.648	.153	.016	.316	.381	.001		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.099	.061	.090	.112	.049	.226*	.202*	.170	.346**	.517**	1	.683**	.460**
Y12	Sig. (2-tailed)	.329	.544	.375	.267	.626	.024	.044	.091	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.012	.186	.182	-.003	-.007	.179	.122	.197*	.208*	.411**	.683**	1	.392**
Total_Y	Sig. (2-tailed)	.902	.064	.069	.974	.946	.074	.225	.049	.038	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.309**	.373**	.314**	.280**	.318**	.484**	.306**	.371**	.308**	.431**	.460**	.392**	1
Total_Y	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.001	.005	.001	.000	.002	.000	.002	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 8 Hasil Uji Reabilitas Variabel X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.736	12

Lampiran 9 Hasil Uji Reabilitas variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.309	12

.701	12
------	----

Lampiran 10 Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.504	2.323		7.967	.000
Total X	.644	.056	.756	11.448	.000

a. Dependent Variable: Total_Y

Lampiran 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.756 ^a	.572	.568	3.131

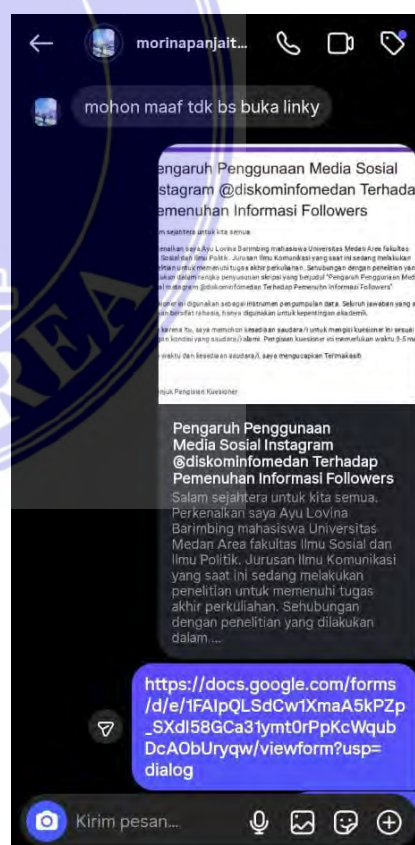
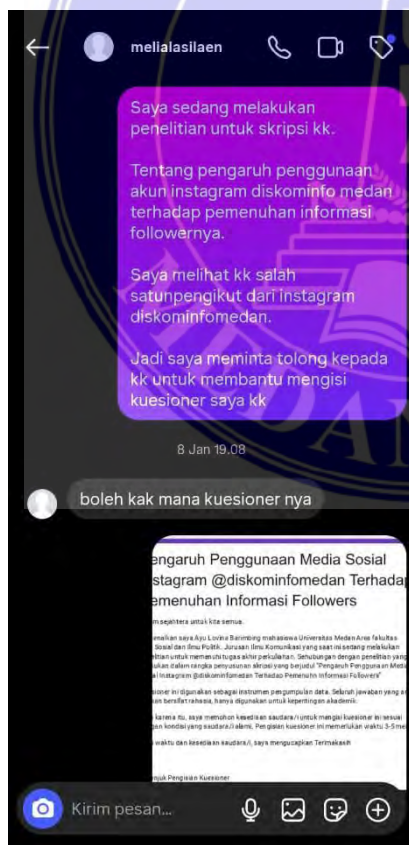
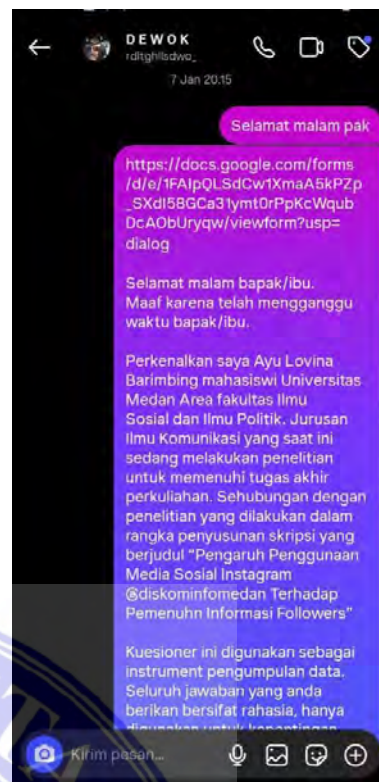
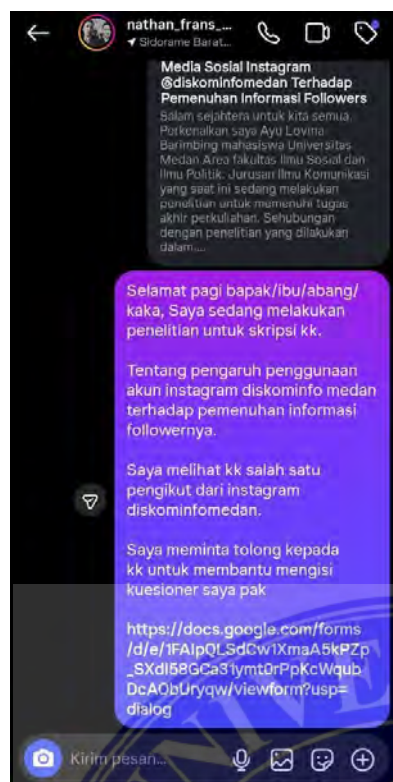
a. Predictors: (Constant), Total_X

Lampiran 12 Hasil Uji Dimensi Yang Paling Berpengaruh Terhadap Variabel Y

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21.255	3.335		6.372	.000
Communication	.649	.261	.231	2.489	.015
Context	.958	.279	.333	3.437	.001
Connection	.101	.282	.038	.357	.722
Collaboration	.501	.163	.265	3.068	.003

a. Dependent Variable: Total_Y

Lampiran 13 Beberapa Isi Direct Message di Instagram Kepada Responden



Lampiran 14 Surat Izin Riset

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 29/7/26

Access From (repositori.uma.ac.id)29/7/26



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Sellaudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 036/FIS.0/01.10/2026
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pengambilan Data/Riset

Medan, 2 Januari 2026

Kepada Yth.
Responden Followers Instagram @diskominfo Medan
Di Tempat

Dengan hormat,

Kami dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, dengan ini mengajukan permohonan kepada Bapak/Ibu Responden Penelitian untuk dapat kiranya menerima mahasiswa kami berikut ini :

Nama : Ayu Lovina Barimbing
NIM : 228530053
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Saat ini sedang membutuhkan beberapa data untuk menyelesaikan penelitian/riset yang berjudul :

"Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @diskominfo Medan Terhadap Pemenuhan Informasi Followers"

Perlu kami jelaskan bahwa penelitian dan pengambilan data yang diperlukan ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi. Sehubungan dengan ini, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Responden Followers Instagram @diskominfo Medan untuk memberikan data yang diminta pada bidang yang bersangkutan.

Demikian surat ini kami ajukan. Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

a.n Dekan
Wakil Dekan Bidang Penjaminan Mutu Pendidikan
dan Pembelajaran


Evi Yunita Kurniaty, S.Sos., M.I.P.

Tembusan:
1. Ka. Prodi Ilmu Komunikasi
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip



Lampiran 15 Surat Selesai Riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168 , Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402994, Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

SURAT PERNYATAAN

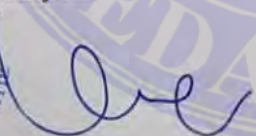
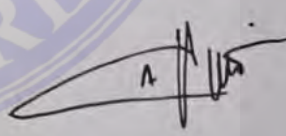
Saya yang bertandatangan di bawah ini selaku Dosen Pembimbing I dari mahasiswa yang namanya tersebut di bawah ini:

Nama	: Ayu Lovina Barimbing
NIM	: 228530053
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Penelitian	: Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @diskominfo Medan Terhadap Pemenuhan Informasi Followers

Menyatakan bahwa mahasiswa bimbingan saya tersebut benar telah mengambil data dari Media Online Instagram Melalui internet mulai dari tanggal 20 Desember 2025 s/d 26 Januari 2026 dengan Tujuan Untuk mengetahui sejauh mana akun instagram @diskominfo Medan dapat memenuhi informasi Followers dari akun instagram tersebut, sebagai data dalam menyusun Skripsinya .

Demikian surat pernyataan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 02 Februari 2026

Diketahui Wakil Dekan Penjamin Mutu Pendidikan dan Pembelajaran	Dinyatakan oleh Dosen Pembimbing Skripsi,
 Evi Yunita Kurniaty, S.Sos, M.I.P	 Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc

Lampiran 16 Surat Selesai Riset Dari DISKOMINFOMEDAN

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 29/7/26

Access From (repositori.uma.ac.id)29/7/26



PEMERINTAH KOTA MEDAN
DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
Jalan Sidanukul Nomor 35, Pulo Brayan Darat II, Medan Timur, Medan, Sumatera Utara 20239,
Telepon/ Faksimile (061) 861 1410,
Laman diskominfo.medan.go.id, Pos-el diskominfo@medan.go.id

SURAT KETERANGAN SELESAI RISET
NOMOR : 000.9.2/0254

Sehubungan dengan Surat Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Medan Nomor :
000.9.2/1022 tanggal 5 Maret 2026 Hal: Surat Keterangan Riset

yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Arrahmaan Pane, S.STP., M.A.P.
NIP	: 197807301998121001
Pangkat/ Gol	: Pembina Utama Muda IV-c
Jabatan	: Kepala Dinas
Instansi	: Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan

dengan ini menerangkan bahwa:

Nama	: Ayu Lovina Barimbing
NIM	: 228530053
Jurusan	: Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area
Judul Riset	: Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @diskominfoedan terhadap Pemenuhan Informasi Followers

Adalah benar mahasiswa tersebut telah mengambil data dari media sosial Instagram:
@diskominfoedan untuk keperluan kegiatan riset di Dinas Komunikasi dan
Informatika Kota Medan.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sepenuhnya.

Medan, 10 Maret 2026



Disahkan dan ditandatangani oleh Kepala Dinas
Komunikasi dan Informatika
Arrahmaan Pane, S.STP., M.A.P.
Pembina Utama Muda IV-c
NIP 197807301998121001