

## **Pengaruh Kualitas Konten Instagram @seputarsemarang terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Warga Semarang**

**Dhavin Shaaka Abiyoga<sup>1</sup>, Ami Saptiyono<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Ilmu Komunikasi, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Universitas Semarang, Kota Semarang, Indonesia

Email: <sup>1</sup>dhavin48@gmail.com, <sup>2\*</sup>ami.s@usm.ac.id

### **Abstract**

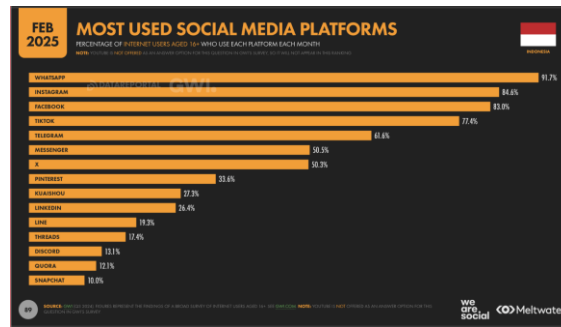
*This study's objective is to examine the extent to which the content shared on the Instagram account @seputarsemarang impacts the satisfaction of information needs among residents of Semarang. The central inquiry focuses on whether the quality of content significantly correlates with the degree to which various dimensions of information needs are met, encompassing cognitive, affective, personal integration, social integration, and escapism-related aspects. To assess content quality, four key indicators were utilized: accuracy, comprehensiveness, relevance, and timeliness. Employing a quantitative approach within an associative research framework, this study utilized a structured questionnaire featuring close-ended items on a four-point Likert scale, administered to a selected sample of 100 followers of the @seputarsemarang account. The analytical procedures encompassed assessments of validity and reliability, alongside statistical techniques including t-test, cross-tabulation, Chi-Square analysis, and Cramer's V measurement. Findings reveal that the obtained t-value of 17.094 significantly surpasses the critical t-table value of 1.290 at a significance threshold of <math><0.001</math>. Additionally, the Cramer's V coefficient of 0.591 signifies a moderately strong correlation. These outcomes reinforce the Uses and Effects theory, underscoring the influential role of media content in shaping audience perceptions and experiences. The study emphasizes the importance of local social media as a reliable source of information for urban communities and contributes empirically to the development of social media and communication studies.*

**Keywords:** Content Quality, Information Needs, @seputarsemarang

### **Abstrak**

Kajian ini memiliki tujuan adalah guna menentukan seberapa baik konten yang diposting di akun Instagram @seputarsemarang berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi warga Kota Semarang. Pertanyaan utama dalam penelitian ini adalah apakah kualitas konten berhubungan signifikan dengan tingkat pemenuhan keperluan informasi, yang terdiri dari keperluan integrasi personal, afektif, kognitif, integrasi sosial, dan berkhayal. Kualitas konten diukur dengan indikator akurasi, kelengkapan, relevansi, dan ketepatan waktu. Dalam studi ini, pendekatan kuantitatif digunakan, serta jenis penelitian asosiatif digunakan. Data dihimpun dengan kuesioner tertutup dengan skala Likert empat poin yang dikirim ke seratus pengikut akun @seputarsemarang. Uji validitas, reliabilitas, uji t, tabulasi silang, pengujian Chi-Square, serta pengujian Cramer's V digunakan untuk





Gambar 3. Peringkat sosial media yang sering digunakan warga Indonesia  
Sumber: (We Are Social, 2025)

Dalam gambar tersebut 3 (tiga) media sosial yang sering dipakai oleh pengguna sosial media per bulan Februari 2025 adalah (1) Whatsapp sebanyak 91.7%;(2) Instagram sebanyak 84,6%; dan (3) Facebook sebanyak 83,0%. Per bulan Januari 2025 sebanyak 90.183.200 adalah pengguna Instagram atau sekitar 31,7% dari total penduduk di Indonesia (NapoleonCat, 2025).

Karena Instagram ialah media sosial yang sering dipakai di Indonesia, orang menggunakannya secara luas. Berbagai informasi, termasuk hiburan, peristiwa, dan promosi, tersebar luas. Sebagian orang membuat akun tematik untuk mendapatkan informasi yang lebih terarah sesuai minat mereka untuk memenuhi kebutuhan khusus.

Ibrahim & Irawan (2021) menemukan bahwa konten media sosial, terutama YouTube, memengaruhi perilaku dan pemikiran pengguna selama pandemi Covid-19. Sementara itu, Ningrum & Prihantoro (2020) menemukan bahwa intensitas dan motif penggunaan Instagram, seperti akun @soloinfo, berkorelasi positif dengan kepuasan memperoleh informasi. Media sosial adalah sumber informasi yang penting, tetapi kedua penelitian tersebut tidak menekankan kualitas konten sebagai faktor utama dalam memenuhi permintaan informasi pengguna. Penelitian ini menawarkan kebaruan kajian terhadap akun lokal yang terverifikasi @seputarsemarang, yang berfungsi sebagai sumber informasi alternatif berbasis komunitas (hyperlocal media). Konteks lokalitas ini penting karena dampak media berasal dari paparan informasi dan keterikatan sosial dan geografis pengguna terhadap konten lokal. Oleh karena itu, penelitian ini memperluas teori Penggunaan dan Efek ke lingkungan media sosial lokal, di mana kualitas konten memengaruhi tingkat informasional dan emosional komunitas. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas konten akun tersebut dan mengetahui bagaimana media sosial lokal berperan dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat kontemporer.

## TINJAUAN PUSTAKA

### *Teori Uses and Effects*

Sven Windahl membuat teori Uses and Effects yang menggabungkan pendekatan Uses and Gratifications dengan teori efek media. Teori ini menekankan bahwa interaksi antara pengguna dan konten media dapat memiliki efek yang signifikan (Damayanti & Komsiah, 2024). Karena penggunaan dan paparan konten Instagram @seputarsemarang secara bersamaan dapat berdampak pada pemenuhan kebutuhan informasi pengguna dalam konteks ini (Andini, 2023). Dalam penelitian ini, teori Uses and Effects dipilih karena menawarkan keunggulan konseptual dibandingkan dengan Uses and Gratifications. Dalam Uses and Gratifications, peran aktif audiens dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhannya ditekankan, sementara dalam Uses and Effects, dimensi efek media dimasukkan. Windahl (dalam Efendi & Rafdiansyah, 2023) menyatakan bahwa penggunaan media dan efeknya saling terkait, dengan kebutuhan pengguna dan kualitas

dan jenis isi media yang dikonsumsi memengaruhi efek. Metode ini memungkinkan analisis yang lebih menyeluruh tentang cara media digunakan dan bagaimana kontennya berdampak tertentu. Media sosial lokal seperti Instagram @seputarsemarang memungkinkan pengguna untuk tidak hanya mencari informasi, tetapi juga mengubah persepsi, emosi, dan perilaku karena konten yang akurat, relevan, lengkap, dan tepat waktu.

### **Kualitas Konten Instagram @seputarsemarang**

Studi ini memilih akun Instagram @seputarsemarang karena memiliki 427.491 pengikut pada September 2025, menjadi akun lokal pertama yang terverifikasi dan berbagi konten tentang Kota Semarang. Dengan jumlah pengikut yang besar, admin sangat penting untuk menghindari hoaks dan gangguan. Menurut Carlson et al. (dalam Soni Santana et al., 2024), ketepatan informasi, kelengkapan materi, kesesuaian konteks, dan ketepatan waktu penyajian untuk memenuhi kebutuhan audiens adalah semua faktor yang menentukan kualitas konten. McLeod (dalam Anggraeni & Eko Hartanto, 2023) menyatakan empat kriteria utama kualitas informasi: akurasi, yang menunjukkan bahwa informasi sesuai dengan fakta; ketepatan waktu, yang menunjukkan bahwa informasi tersedia saat dibutuhkan; kelengkapan, yang memastikan bahwa informasi disajikan secara lengkap; dan relevansi, yang menunjukkan bahwa informasi sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dengan menggunakan kuesioner, penelitian ini menilai kualitas konten di @seputarsemarang berdasarkan empat kriteria utama: akurat, lengkap, relevan, dan tepat waktu.

### **Pemenuhan Kebutuhan Informasi**

Menurut Wilson (dalam Ramadhan et al., 2022), keinginan manusia untuk memahami dan mengendalikan lingkungan, memenuhi rasa ingin tahu, dan mencari penjelasan melalui proses eksplorasi yang dimulai dengan pertanyaan dan pencarian jawaban secara sistematis adalah dasar dari kebutuhan akan informasi. Tidak semua informasi harus diketahui oleh semua orang, yang terpenting adalah kemampuan setiap orang untuk menemukan informasi yang mereka butuhkan. Namun, menurut Katz, Gurevitch, dan Haas (dalam Adinda et al., 2023), ada lima kategori utama kebutuhan informasi: kognitif (untuk memperoleh pengetahuan baru), afektif (untuk memberikan kepuasan emosional), integrasi sosial (untuk memperkuat hubungan sosial), dan berkhayal (untuk memenuhi kebutuhan hiburan dan meninggalkan rutinitas).

Lima kategori kebutuhan informasi (kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, dan berkhayal) dioperasionalkan sebagai efek media dalam kerangka Uses and Effects. Kebutuhan kognitif menunjukkan peningkatan pengetahuan, kebutuhan afektif menunjukkan respons emosional, integrasi sosial memperkuat hubungan dan identitas, dan kebutuhan berkhayal menunjukkan hiburan dan pelepasan ketegangan. Oleh karena itu, teori Penggunaan dan Efek berfungsi sebagai alat analisis utama untuk menjelaskan bagaimana konten berkualitas tinggi di @seputarsemarang memiliki dampak nyata terhadap memenuhi berbagai kebutuhan informasi masyarakat Semarang.

### **Penelitian yang Relevan**

Sebuah studi oleh Fajari & Khuntari (2023), "Pengaruh Konten Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers @Wonosobozone" menemukan bahwa konten Instagram memiliki pengaruh yang signifikan sebesar 68,3% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikut. "Pengaruh Terpaan, Efektivitas, dan Kualitas Konten terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan Pada YouTube Windah Basudara" oleh (Mahendra & Dananjaya, 2024) menunjukkan bahwa kepuasan audiens sebanding

dengan kualitas, efektivitas, dan terpaan konten. Ini mendukung teori Uses and Gratifications. Saputra & Hartanto (2023) menulis artikel berjudul "Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Kualitas Informasi terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Covid-19 pada Followers Akun Instagram @kemenkes\_ri" yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan kualitas informasi memiliki dampak yang signifikan terhadap memenuhi kebutuhan informasi kesehatan masyarakat selama pandemi. Menurut studi Ghazali & Samaria (2024), "Pengaruh Konten Instagram Halodoc Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Gen Z", konten kesehatan Halodoc di Instagram memiliki dampak positif pada pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan Gen Z.

Pengaruh kualitas konten @seputarsemarang terhadap pemenuhan kebutuhan informasi warga Semarang. Hal tersebut akan dipengaruhi oleh alasan warga Semarang memilih @seputarsemarang sebagai akun Instagram penyedia informasi menggunakan teori *Uses and Effects*. Hipotesis ialah jawaban sementara suatu penelitian yang terlebih dahulu harus diuji kebenarannya. Oleh karena itu, penulis dapat memutuskan hipotesis sebagai berikut:

Ho: Kualitas Konten tidak memiliki pengaruh terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi warga Semarang.

Ha: Kualitas Konten berpengaruh terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi warga Semarang.

## **METODE**

Untuk menyelidiki pengaruh kualitas konten Instagram @seputarsemarang pada pemenuhan keperluan informasi warga Semarang, studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif. Tujuan dari penelitian asosiasi ialah guna menentukan apakah ada hubungan antara variabel tertentu dan seberapa kuat hubungan tersebut (Wahyuni & Rindrayani, 2025). Instrumen ini terdiri dari kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan skala Likert 4 point yang mencakup "sangat setuju" hingga "sangat tidak setuju" (Erinsyah, Sasmito, Wibowo, & Bakti, 2024). Indikator kualitas konten adalah akurat, lengkap, relevan, dan tepat waktu; indikator keperluan informasi ialah berkhayal, integrasi sosial, integrasi personal, afektif, serta kognitif. Sebelum digunakan, instrumen diuji untuk memastikan kelayakan pengukuran. Kriteria dalam pengisian kuesioner ini adalah (1) Aktif menggunakan Instagram untuk mencari informasi seputar Semarang, (2) Pernah mengakses dan mengonsumsi konten yang dibagikan di akun @seputarsemarang. Penyebaran kuesioner melalui link yang disebar melalui DM Instagram dan Whatsapp.

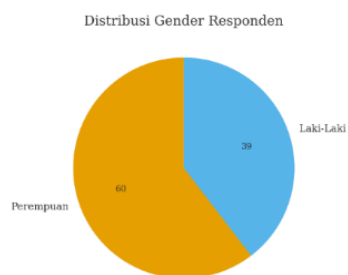
Populasi yang dipakai dalam studi ini ialah *followers* Instagram @seputarsemarang, sejumlah 427.491 ribu *followers* per Juli 2025. Teknik pengumpulan sampel menerapkan metode purposive sampling. Jumlah dari sampel ditentukan dengan rumus slovin  $n = \frac{N}{N(d)^2 + 1} = \frac{427.491}{427.491(0,1)^2 + 1} = 99,97$ . Meskipun populasi besar, jumlah sampel ini dianggap representatif karena dipilih secara purposive sampling dan relevan dengan tujuan penelitian terhadap pengikut akun @seputarsemarang. Hasil rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% menghasilkan jumlah sampel 99,97, yang dibulatkan menjadi 100 responden. Analisis data dilaksanakan menerapkan statistik deskriptif dan inferensial menerapkan SPSS 29. Uji inferensial meliputi uji normalitas, uji t, uji linearitas, tabulasi silang, Chi-Square, dan Cramer's V untuk melihat distribusi data, signifikansi pengaruh, dan kekuatan hubungan antarvariabel. Nadirah (dalam Faris et al., 2025) Uji-uji ini dapat menunjukkan hubungan dan pengaruh variabel yang diteliti.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan diskusi dari penelitian diuraikan dalam bab ini. Data diproses menggunakan program SPSS versi 29. Uji validitas dan reliabilitas dilaksanakan guna memastikan bahwa instrument kuesioner benar-benar mengukur variabel yang dimaksud dan konsisten saat digunakan. Uji normalitas maupun linearitas dilakukan setelah instrumen dinyatakan layak. Ini dilakukan untuk memverifikasi distribusi data dan memastikan bahwa hubungan antarvariabel bersifat linear. Selanjutnya, analisis dilanjutkan dengan uji t untuk mengevaluasi pengaruh kualitas konten terhadap pemenuhan kebutuhan informasi; distribusi hubungan antarvariabel ditentukan dengan tabulasi silang, signifikansi hubungan ditentukan dengan uji Chi-Square, dan tingkat kekuatan asosiasi ditentukan dengan Cramer's V. Dipilihnya rangkaian uji ini karena hasil penelitian itu valid, kredibel, dan dapat menunjukkan bagaimana kualitas konten memengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi.

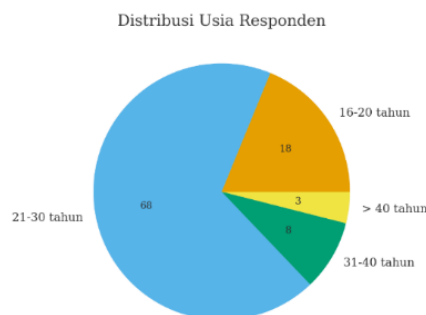
### Hasil

Penelitian ini melibatkan 100 responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan tingkat keterlibatan mereka terhadap akun Instagram @seputarsemarang. Setiap responden adalah pengguna Instagram aktif dan telah melihat dan berinteraksi dengan kontennya, sehingga data ini mendukung analisis penelitian..



Gambar 4. Karakteristik Responden Dengan Merujuk Pada Jenis Kelamin

Penelitian ini melibatkan 59 perempuan dan 41 laki-laki responden, menunjukkan bahwa meskipun mayoritas responden perempuan, laki-laki juga menjadi anggota masyarakat yang mengikuti dan melihat konten Instagram @seputarsemarang.



Gambar 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Mayoritas dari 100 orang yang menjawab berusia antara 21 dan 30 tahun (70 orang), diikuti oleh mereka yang berusia 16–20 tahun (19), 31–40 tahun (9), dan di atas 40 tahun (4). Menurut teori Uses and Effects, mayoritas pengguna @seputarsemarang berusia produktif (21–30 tahun) menggunakan media sosial secara aktif untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka..

### Uji Instrumen Penelitian

Analisis data dimulai dengan kuesioner untuk mengukur variabel penelitian. Pernyataan dipastikan akurat dan konsisten melalui uji reliabilitas dan validitas yang menggunakan korelasi Pearson. Terdapat 18 item dalam instrumen, dengan 8 untuk kualitas konten (X) dan 10 untuk kebutuhan informasi (Y).

Tabel 1. Blueprint kuesioner

Variabel	Indikator	Item pertanyaan
Kualitas Konten (X)	Akurat	1. Konten yang disajikan oleh @seputarsemarang berasal dari sumber terpercaya yang dapat diandalkan? 2. Sumber informasi yang digunakan dalam konten @seputarsemarang disajikan dengan jelas dan mudah ditemukan?
	Relevan	1. Apakah @seputarsemarang menyediakan konten yang relevan dengan kebutuhan topik saya? 2. Konten yang disajikan oleh @seputarsemarang berada dalam konteks yang tepat dan relevan dengan isu-isu terkini di masyarakat?
	Ketepatan Waktu	1. Informasi yang diberikan oleh @seputarsemarang adalah informasi terkini yang sesuai dengan keadaan saat ini? 2. @seputarsemarang memperbarui kontennya dengan kesesuaian waktu yang baik, sehingga relevan dengan peristiwa atau isu yang sedang berlangsung?
	Kelengkapan Konten	1. Konten @seputarsemarang menyediakan informasi mendetail yang diperlukan untuk memahami topik yang dibahas? 2. Ejaan dan tata bahasa dalam konten @seputarsemarang jelas dan mudah dipahami, menunjukkan kejelasan ejaan yang baik?
Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)	Kebutuhan Kognitif	1. Informasi yang disediakan oleh @seputarsemarang sangat jelas dan mudah dipahami? 2. Apakah @seputarsemarang menjadi sumber utama Anda untuk mendapatkan informasi tentang Semarang?
	Kebutuhan Afektif	1. Apakah @seputarsemarang membantu mengurangi rasa penasaran atau kecemasan Anda terhadap suatu topik? 2. Apakah @seputarsemarang membuat Anda merasa lebih percaya diri dalam berbicara atau bertindak terkait isu-isu yang diinformasikan?
	Kebutuhan Integrasi Personal	1. Konten @seputarsemarang berkontribusi terhadap peningkatan pengetahuan saya? 2. Setelah mengonsumsi konten @seputarsemarang, apakah Anda merasa lebih tenang karena telah mendapatkan informasi yang otentik?
	Kebutuhan Integrasi Sosial	1. Mendapatkan informasi dari @seputarsemarang membuat anda ingin membagikannya ke orang lain? 2. Saya mendapatkan kesempatan untuk berinteraksi dengan orang baru melalui konten @seputarsemarang?
	Kebutuhan Berkhayal	1. Saya menemukan konten @seputarsemarang yang memungkinkan saya keluar dari rutinitas sehari-hari? 2. Saya menggunakan konten @seputarsemarang sebagai cara untuk menghilangkan stres atau kecemasan?

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel X**

Pernyataan	rhitung	rtabel product moment	Keterangan
<b>Kualitas Konten Instagram @seputarsemarang (X)</b>			
X1	0,632	0,196	Valid
X2	0,542	0,196	Valid
X3	0,557	0,196	Valid
X4	0,651	0,196	Valid
X5	0,586	0,196	Valid
X6	0,654	0,196	Valid
X7	0,563	0,196	Valid
X8	0,703	0,196	Valid

Sumber: Hasil Olahan SPSS 29

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Y**

Pernyataan	rhitung	rtabel product moment	Keterangan
<b>Kebutuhan Informasi Warga Semarang (Y)</b>			
Y1	0,607	0,196	Valid
Y2	0,483	0,196	Valid
Y3	0,473	0,196	Valid
Y4	0,641	0,196	Valid
Y5	0,543	0,196	Valid
Y6	0,694	0,196	Valid
Y7	0,490	0,196	Valid
Y8	0,650	0,196	Valid
Y9	0,585	0,196	Valid
Y10	0,611	0,196	Valid

Sumber: Hasil Olahan SPSS 29

Nilai r tabel *Moment of Product* adalah 0,196 dalam sampel 100 (df = 98). Perolehan pengujian validitas mengindikasikan bahwasanya semua item pernyataan valid, karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Alat yang mempunyai nilai  $> 0,60$  dianggap reliabel apabila diuji dengan Cronbach's Alpha.

**Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Konten Instagram @seputarsemarang (X)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.750	9

Sumber: Hasil Olahan SPSS 29

**Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Kebutuhan Informasi Warga Semarang (Y)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.743	11

Sumber: Hasil Olahan SPSS 29

Perolehan pengujian reliabilitas mengindiakasikan bahwasanya variabel X mempunyai perolehan Cronbach's Alpha 0,750 serta variabel Y mempunyai perolehan Cronbach's Alpha 0,743, keduanya  $> 0,60$ , yang mengindikasikan bahwasanya instrumen tersebut dianggap reliabel.

### Uji Normalitas

Menurut Ghozali (dalam Lasabuda & Mangantar, 2022) Uji normalitas dimaksudkan untuk memastikan bahwasanya residual atau error term pada model regresi mengikuti pola distribusi normal. Identifikasi terhadap normalitas data dapat dilaksanakan melalui *one sample Kolmogorov-Smirnov test* yang diterapkan pada residual persamaan regresi. Kriteria pengambilan keputusan ditetapkan sebagaimana perolehan probability, di mana apabila perolehan tersebut  $> 0,05$  hal ini residual dianggap berdistribusi normal, sedangkan apabila nilainya  $< 0,05$  hal ini distribusi residual dikategorikan tidak normal.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas Penelitian  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.21712902	
Most Extreme Differences	Absolute	.075	
	Positive	.075	
	Negative	-.061	
Test Statistic		.075	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.187	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.184	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.174
		Upper Bound	.194

Sumber: Hasil Olahan SPSS 29

Sebagaimana tabel 5  $>$  Asymp. Sig. diangka 0,187. Maka dalam uji normalitas Kolmogorov Smirnov dikatan normal karena  $> 0,05$ , karena perolehan Asymp. Sig. 0,187 atau bisa di katakan  $0,187 > 0,05$ . Dapat menyimpulkan bahwasanya perolehan distribusi normal.

### Uji t

Pengujian terhadap hipotesis mengenai dampak setiap variabel bebas pada variabel terikat dilakukan melalui *uji t*. Metode ini merupakan teknik statistik yang dimanfaatkan untuk menilai validitas suatu hipotesis, khususnya yang mengatakan bahwa tidak ada perbedaan yang bermakna dengan dua nilai *mean* sampel yang diperoleh secara acak dari populasi yang identik (Azhari, Saleh, & Marantika, 2023).

Tabel 7. Hasil Uji t  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.843	1.818		1.014	.313
	KUALITAS KONTEN	1.166	.068	.865	17.094	<,001

Sumber: Hasil Olahan SPSS 29

Berdasarkan nilai  $t_{tabel}$  dengan nilai ketentuan  $t = \{a; (df=n-k)\}$ , maka  $a=0,1$  dan  $df=100-2$ , sehingga didapatkan perolehan  $t_{tabel}$  sejumlah 1,290. Berdasarkan uji regresi, nilai  $t_{hitung}$  17,094 lebih besar daripada perolehan  $t_{tabel}$  1,290, dengan  $Sig. < 0,001$ . Hal ini mengindikasikan bahwasanya kualitas konten sangat berdampak pada pemenuhan kebutuhan informasi penduduk Semarang.

### Uji Linearitas

Pengujian linearitas berfungsi sebagai tahapan awal yang wajib dilakukan sebelum melaksanakan analisis korelasi maupun regresi linier, dengan tujuan memastikan apakah keterkaitan antara dua variabel atau lebih memiliki pola hubungan yang bersifat linier secara signifikan. Interpretasi perolehan pengujian normalitas mengindikasikan bahwasanya apabila perolehan  $Sig. > 0,05$ , maka korelasi antarvariabel dapat dikategorikan linier. Sementara itu, apabila perolehan  $Sig. < 0,05$ , maka keterhubungan antarvariabel dianggap tidak mengikuti pola linier (Lestari & Permatasari, 2023).

Tabel 8. Hasil Uji Linearitas  
**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI * KUALITAS KONTEN	Between Groups	(Combined)	1025.213	13	78.863	22.235	<,001
		Linearity	996.147	1	996.147	280.856	<,001
		Deviation from Linearity	29.065	12	2.422	.683	.763
	Within Groups		305.027	86	3.547		
	Total		1330.240	99			

Sumber: Hasil Olahan SPSS 29

Sebagaimana tabel 7 ini, menunjukkan bahwasanya Deviation from Linearity sebesar 0,763, dimana nilai ini  $> 0,05$ . Sehingga bisa menyimpulkan bahwasanya terdapat korelasi yang linier antara variabel X dan Y.

### Tabulasi Silang (*Crosstab*)

Metode statistik yang dikenal sebagai tabulasi silang dipakai guna mengamati hubungan antara variabel kategori dalam tabel dua dimensi. Metode ini memecah data menjadi subkelompok yang lebih kecil, yang membuat analisis pola dan tren lebih mudah dan membantu proses pengambilan keputusan (Darmawan, Liucius, & Angkat, 2025).

Tabel 9. Hasil Tabulasi Silang (*Crosstab*)  
**KUALITASKONTEN \* PEMENUHANKEBUTUHANINFORMASI Crosstabulation**

		PEMENUHANKEBUTUHANINFORMASI		Total	
		Cukup Te	Sangat T		
KUALITASKONTEN	Sedang	Count	4	3	7
		% within KUALITASKONTEN	57.1%	42.9%	100.0%
	Tinggi	Count	2	91	93
		% within KUALITASKONTEN	2.2%	97.8%	100.0%
Total		Count	6	94	100
		% within KUALITASKONTEN	6.0%	94.0%	100.0%

Sumber: Hasil Olahan SPSS 29

Dari 100 orang yang menjawab, 7 menilai kualitas konten sedang, dengan 57,1% merasa cukup terpenuhi dan 42,9% merasa sangat terpenuhi. Di sisi lain, 93 menilai kualitas konten tinggi, dengan 97,8% merasa sangat terpenuhi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas konten terkait dengan tingkat pemenuhan informasi.

### **Chi-Square**

Uji Chi-Square Independensi menentukan apakah variabel kategoris independen atau berhubungan. Uji ini tidak menggunakan parametrik (Yeager, 2025). Data yang didasarkan pada dua variabel kategori disajikan dalam tabel kontingensi, atau tabulasi silang. Kategori diwakili oleh baris dan kolom, dan jumlah kasus yang ditemukan dalam kombinasi kategori tertentu ditampilkan pada setiap sel (Yeager, 2025).

Tabel 10. Hasil *Chi-Square*  
**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	34.906 <sup>a</sup>	1	<,001		
Continuity Correction <sup>b</sup>	25.837	1	<,001		
Likelihood Ratio	16.518	1	<,001		
Fisher's Exact Test				<,001	<,001
N of Valid Cases	100				

Sumber: Hasil Olahan SPSS 29

Perolehan pengujian Chi-Square menunjukkan perolehan Pearson Chi-Square sejumlah 34,91 dengan signifikansi  $p < 0,001$ . Hal ini  $p < 0,05$ , maka menyimpulkan adanya korelasi yang signifikan dengan kualitas konten @seputarsemarang dengan pemenuhan kebutuhan informasi warga Semarang.

### **Cramer's V**

*Cramer's V* adalah ukuran statistik yang menilai kekuatan asosiasi antara dua variabel kategoris; perolehan 0 mengindikasikan tidak ada asosiasi serta perolehan 1 mengindiaksikan asosiasi sempurna. Dalam analisis tabel kontingensi, ukuran ini sangat bermanfaat karena memungkinkan untuk mengukur hubungan antara berbagai kategori. Ini terutama berguna ketika digunakan dengan Uji Independensi Chi-Square (Easily, 2024).

Tabel 11. Hasil *Cramer's V*  
**Symmetric Measures**

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	.591	<,001
	Cramer's V	.591	<,001
N of Valid Cases		100	

Sumber: Hasil Olahan SPSS 29

Nilai *Cramer's V* = 0,591 menunjukkan kekuatan hubungan pada kategori sedang menuju kuat, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas konten yang semakin baik cenderung meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi warga.

## Pembahasan

Studi ini, konten di akun @seputarsemarang memiliki dampak yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Semarang. Sebanyak 97,8% orang yang menilai konten akun ini sangat baik juga merasa kebutuhan informasinya terpenuhi, ini menunjukkan bahwa pengguna secara aktif menilai kualitas konten berdasarkan akurasi, ketepatan waktu, kelengkapan, dan relevansi. Yang paling penting adalah informasi tentang lalu lintas, acara lokal, makanan, dan layanan publik karena berdampak langsung pada kehidupan sehari-hari warga Semarang. Hasil ini sejalan dengan gagasan Windahl (dalam Efendi & Rafdiansyah, 2023) bahwa interaksi antara motif penggunaan media (uses) dan kualitas isi media (effects) menyebabkan pemenuhan kebutuhan informasi. Oleh karena itu, media sosial lokal seperti @seputarsemarang memiliki dampak afektif dan sosial selain kognitif, seperti menumbuhkan rasa kebanggaan dan keterikatan warga terhadap kota mereka melalui pembentukan identitas komunitas digital. Berbeda dengan penelitian Fajari & Khuntari (2023) dan Ningrum & Prihantoro (2020), temuan ini menekankan peran unik akun lokal seperti @seputarsemarang sebagai penyedia informasi hiperlokal yang berdampak lebih personal karena hubungan geografis dan emosional dengan pengguna. Oleh karena itu, kualitas konten tidak hanya berfungsi secara teknis tetapi juga secara sosial, memperkuat hubungan warga dengan lingkungannya melalui keterlibatan dan relevansi konten, sesuai dengan prinsip Uses and Effects tentang efek media.

## PENUTUP

Penelitian ini memperluas teori Uses and Effects pada konteks media sosial lokal, menunjukkan bahwa dampak media tidak hanya menyebabkan perubahan sikap, tetapi juga kepuasan emosional dan informasional tentang konten lokal. Penelitian ini menegaskan bahwa dampak media muncul dari interaksi antara pengguna dan kualitas konten, dengan kelima dimensi kebutuhan informasi berperan sebagai dampak nyata dari kualitas konten, bukan sekadar motif penggunaan. Ini memperkuat gagasan "local mediated Effects" dalam teori Uses and Effects. Jumlah sampel yang kecil (100 responden) dan tingkat kesalahan 10% merupakan kendala utama penelitian ini. Tingkat kesalahan ini tergolong tinggi secara metodologis untuk studi yang berfokus pada generalisasi populasi. Meskipun jumlah tersebut memenuhi batas minimal untuk analisis kekuatan, hasil penelitian harus ditafsirkan dengan cermat dan lebih tepat dianggap sebagai kajian eksploratif asosiatif daripada sebagai penelitian inferensial yang mewakili semua pengikut @seputarsemarang, memasukkan variabel tambahan, seperti motif penggunaan, frekuensi akses, dan tingkat kepercayaan terhadap sumber informasi, untuk mendukung temuan penelitian. Dengan demikian, penelitian lebih lanjut akan memberikan gambaran yang lebih baik tentang komponen yang mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat melalui media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, R., Amelia, V., & Sondra, A. (2023). ANALISIS KEBUTUHAN INFORMASI DAN UPAYA PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI KOMUNITAS TULI LANCANG KUNING (KUTILANG) PEKANBARU. *Jurnal Al-Ma'arif: Ilmu Perpustakaan Dan Informasi Islam*, 3(2), 172–193. <https://doi.org/10.37108/almaarif.v3i2.1288>
- Andini, P. R. (2023). Pengaruh Konten Pada Official Akun TikTok Ruangguru Terhadap Prestasi Belajar Followers. *Janaloka: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1 Juni), 15. <https://doi.org/10.26623/janaloka.v1i1Juni.7022>

- Anggraeni, I. & Eko Hartanto. (2023). Pengaruh Konten dan Kualitas Informasi Akun Instagram @idvolunteering terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 229–242. <https://doi.org/10.21009/comm.1102.05>
- Ayuni, I., Winoto, Y., & Khadijah, U. L. (2022). PERILAKU LITERASI INFORMASI PADA ANAK DI MEDIA SOSIAL. *Literasi : Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia serta Pembelajarannya*, 6(2), 176. <https://doi.org/10.25157/literasi.v6i2.7728>
- Azhari, E., Saleh, L. M., & Marantika, M. (2023). ANALISIS FAKTOR PENYEBAB KETERLAMBATAN PROYEK PEMBANGUNAN GEDUNG LABORATORIUM TERPADU DAN PERPUSTAKAAN MAN 1 MALUKU TENGAH. 2(2).
- Damayanti, S. E., & Komsiah, S. (2024). Pengaruh KontenMedia Sosial Terhadap Sikap Peduli Lingkungan. *IKRA-ITH HUMANIORA : Jurnal Sosial dan Humaniora*, 8(1), 214–223. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v8i1.3496>
- Darmawan, R., Liucius, Y. U., & Angkat, H. R. S. (2025). ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA BUS MIKROTRANS RUTE JAK-04 GROGOL-TUBAGUS ANGKE DENGAN METODE TABULASI SILANG. *JMTS: Jurnal Mitra Teknik Sipil*, 427–436. <https://doi.org/10.24912/jmts.v8i2.33228>
- Easily, L. S. (2024, February 21). Cramer’s V and Its Application for Data Analysis. Retrieved August 21, 2025, from LEARN STATISTICS EASILY website: <https://statisticseasily.com/cramers-v/>
- Efendi, E., & Rafdiansyah, T. M. (2023). Peran Media Sosial Dalam Membentuk Akhlakuk Karimah Remaja. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(5), 2872–2885. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i5.2835>
- Erinsyah, M. F., Sasmito, G. W., Wibowo, D. S., & Bakti, V. K. (2024). Sistem Evaluasi Pada Aplikasi Akademik Menggunakan Metode Skala Likert Dan Algoritma Naïve Bayes. *Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika*, 13(1), 74–82. <https://doi.org/10.34010/komputa.v13i1.10940>
- Fajari, N., & Khuntari, D. (2023). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers @Wonosobozone. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 3(2), 42–55. <https://doi.org/10.55606/juitik.v3i2.475>
- Faris, A. N. A., Seyma, Q. N., Soegiarto, A., Imsa, M. A., & Kholik, A. (2025). Pengaruh Kredibilitas Konten TikTok @dokterdetektif terhadap Minat Beli Produk Skincare. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 496–510.
- Ghazali, A. E., & Samaria, S. (2024). Pengaruh Konten Instagram Halodoc Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Gen Z. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 333–346. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i2.1159>
- Ibrahim, M. M., & Irawan, R. E. (2021). Pengaruh Konten Media Sosial terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19. *representamen*, 7(02). <https://doi.org/10.30996/representamen.v7i02.5727>
- Lasabuda, G. P., & Mangantar, M. (2022). PENGARUH STRUKTUR MODAL, LIKUIDITAS, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR OTOMOTIF YANG TERDAFTAR DI

BURSA EFEK INDONESIA 2017-2020. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 337–345.  
<https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40256>

Lestari, S. P., & Permatasari, R. I. (2023). PENGARUH PENGALAMAN KERJA DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP PRESTASI KERJA KARYAWAN DIVISI OPERASIONAL PT. PEGADAIAN GALERI 24, JAKARTA PUSAT. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(1). <https://doi.org/10.35968/m-pu.v13i1.1027>

Mahendra, A. O., & Dananjaya, I. (2024). Pengaruh Terpaan, Efektivitas dan Kualitas Konten terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan Pada Youtube Windah Basudara | Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1(4), 96–108.  
<https://doi.org/10.62383/filosofi.v1i4.342>

NapoleonCat. (2025, January). Instagram users in Indonesia—January 2025. Retrieved July 25, 2025, from <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2025/01/>

Ningrum, R. K., & Prihantoro, E. (2020). PENGARUH INTENSITAS DAN MOTIF PENGGUNAAN MEDIA INSTAGRAM TERHADAP KEPUASAN MENDAPATKAN INFORMASI FOLLOWERS AKUN @soloinfo. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 2(2), 60–67.  
<https://doi.org/10.24014/jrmdk.v2i3.10320>

Ramadhan, A. F., Ramdhani, M., & Utamidewi, W. (2022). Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kebutuhan Informasi Seks Edukasi Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, 6(1).  
<https://doi.org/10.36312/%2520jisip.v6i1.2849/http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/index>

Saputra, M. I., & Hartanto, E. (2023). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI COVID-19 PADA FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM @kemenkes\_ri. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(01), 107–114.  
<https://doi.org/10.56127/jukim.v2i01.449>

Soni Santana, Adi Prehanto, & Rangga Gelar Guntara. (2024). Evaluasi dan Rekomendasi Konten Instagram Sebagai Alat Pemasaran UMKM Kripjungan. *Jurnal Transformasi Bisnis Digital*, 1(5), 67–79.  
<https://doi.org/10.61132/jutrabidi.v1i5.319>

We Are Social. (2025). Special report digital 2025 Your ultimate guide to the evolving digital world. Retrieved from <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>

Yeager, K. (2025). LibGuides: SPSS Tutorials: Chi-Square Test of Independence. Retrieved August 21, 2025, from <https://libguides.library.kent.edu/SPSS/ChiSquare>