

EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @INFO.SALATIGA SEBAGAI MEDIA INFORMASI ONLINE DI KOTA SALATIGA**Devi Rahmawati¹, Suryo Sakti Hadiwijoyo²**

Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, Indonesia

362019030@student.uksw.edu¹, suryo.hadiwijoyo@uksw.edu²**Keywords***Effectiveness;
Instagram; Online
Information; Media.***Abstract**

Instagram is a smartphone application that allows users to share and edit photos or videos quickly (instantly). With its ability, Instagram is used as a forum for sharing group and personal information. One example of its use is the creation of the @info.salatiga account which provides various information regarding the City of Salatiga. This study aims to determine how effective the use of social media Instagram @info.salatiga is as an online information medium for the city of Salatiga, using Andre Hardjana's concept of communication effectiveness as the measurement method. Then in the data collection technique, this study used a quantitative method by distributing online questionnaires using the Google form to 100 sample followers who had been determined through a simple random sampling technique. The results of this study indicate that @info.salatiga Instagram account has an effectiveness level of 76.6% with an effective category level (in the 61% - 80% interval) as an online information medium in Salatiga City. Each effectiveness indicator has its own value as follows; Communication Receiver only has an effectiveness value of 75.25%, then the Message Content indicator is 77.65%, followed by Timing at 76.05%, Channel at 75.05%, the Format is 77.95% and the last is the Source indicator is 77.8%.

Kata Kunci*Efektivitas;
Instagram; Informasi
Online; Media.***Abstrak**

Instagram merupakan aplikasi *smartphone* yang memungkinkan penggunaannya untuk berbagi dan mengedit foto atau video dengan cepat (*instant*). Dengan kemampuannya Instagram dijadikan wadah untuk berbagi informasi-informasi kelompok maupun pribadi. Salah satu contoh dari penggunaannya adalah dengan terciptanya akun @info.salatiga yang menyediakan berbagai informasi terkait Kota Salatiga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat keefektifan penggunaan media sosial Instagram @info.salatiga sebagai media informasi *online* Kota Salatiga, dengan konsep efektivitas komunikasi Andre Hardjana sebagai metode pengukurannya. Kemudian pada teknik pengumpulan datanya, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran kuesioner *online* menggunakan *google form* kepada 100 sampel followers yang sudah ditentukan melalui teknik *simple random sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @info.salatiga hanya memiliki tingkat efektivitas sebesar 76,6% dengan tingkat kategori efektif (berada dalam jangka interval 61% - 80%) sebagai media informasi *online* di Kota Salatiga. Setiap indikator efektivitasnya memiliki nilai masing-masing sebagai berikut; Penerima Komunikasi (*Receiver*) hanya memiliki nilai efektivitas sebesar 75,25%, lalu indikator Isi Pesan (*Content*) sebesar 77,65%, disusul Ketepatan Waktu (*Timing*) sebesar 76,05%, Saluran (*Media*) sebesar 75,05%, Format Kemasan (*Format*) sebesar 77,95% dan yang terakhir adalah indikator Sumber (*Source*) sebesar 77,8%.

Corresponding Author: Devi Rahmawati
E-mail: devirahmawati302@gmail.com



PENDAHULUAN

Dalam menjalani keseharian demi mempertahankan keberlangsungan hidupnya, manusia sebagai makhluk sosial tentunya tidak bisa lepas dari sifat dasarnya untuk berkomunikasi satu sama lain dan meningkatkan pengetahuan diri. Informasi yang merupakan hasil pemrosesan data-data berupa fakta kejadian (fenomena) menjadi sumber daya mendasar yang paling penting bagi manusia untuk mengambil keputusan dan menambah pengetahuan demi penunjang aktivitasnya (Firdaus et al., 2021). Wilson juga mengemukakan bahwa salah satu kebutuhan paling besar individu adalah mencukupi kognitif atau pengetahuannya, sehingga kebutuhan data-data (informasi) ini akan terus meningkat seiring dengan perkembangan peradaban manusia (PERDANA, 2018). Kebutuhan untuk mendapatkan informasi ini melibatkan berbagai aksi seperti bagaimana manusia mengekspresikan kebutuhan itu sendiri, serta dalam mencari, mengevaluasi, memilih dan mengolah, hingga implementasinya dalam menunjang individu atau kelompoknya (Kadir et al., 2018).

Pada era modern saat ini, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah berkembang pesat di hampir seluruh bagian negara. Sistem internet telah menciptakan revolusi komunikasi yang tak lagi bisa dijumpai dari kehidupan masyarakat sehari-hari (Sunarto, 2016). "Technology has changed the way we communicate," teknologi telah merubah cara kita (manusia) berkomunikasi, yaitu merubah dalam bertukar informasi demi suatu tujuan dan pengertian yang sama. Hanya dengan sistematisasi sinyal dan kuota internet melalui perangkat komputer atau gadget, kini setiap orang dapat dengan mudah mengakses informasi apapun, baik lokal hingga mancanegara bahkan tanpa batas status sosial, jarak maupun waktu (Anisa Winanda Lidara, 2022).

Media sosial merupakan perkembangan teknologi komunikasi berbasis internet yang diciptakan guna memfasilitasi perkumpulan dan interaksi manusia secara virtual (online), dimana bentuk interaksinya diubah menjadi program digital dalam aplikasi yang menghasilkan teks, suara, gambar dan video. Sebagaimana tujuannya, aplikasi ini menjadi ruang interaksi manusia baik untuk bertukar informasi atau memberikan masukan dan kritikan secara transparan dalam kurun waktu yang cepat dan dimanapun (Afandi et al., 2021). Dengan segala fitur-fiturnya, media sosial menjadi medium baru yang sangat menguntungkan masyarakat. Dalam bukunya yang berjudul "Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi," penelitian terdahulu juga menjelaskan bahwa media sosial ialah medium di internet yang memungkinkan penggunaannya merepresentasikan diri, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dan membentuk hubungan atau ikatan sosial secara virtual (online) (Nasrullah, 2015). Oleh karenanya, terdapat pengelompokan pemanfaatan media sosial yang bervariasi mulai dari hiburan, komunikasi, games, informasi, hingga online shop (Asiati & Septadiyanto, 2019). Dari sekian banyaknya jenis pemanfaatan media sosial tersebut, salah satu yang akan peneliti analisis adalah manfaat media sosial sebagai media informasi online.

Berdasarkan laporan dari survei Hootsuite (We are Social) pada tahun 2023, memperlihatkan diagram pengguna aktif media sosial di Indonesia kini berjumlah 167 juta, yaitu sekitar 60,4% dari total 276,4 juta populasi masyarakat Indonesia. Tak disangka sebelumnya, bahwa jumlah ini menurun 12,57% dari tahun sebelumnya yang sebanyak 191 juta jiwa. Penurunan ini menjadi yang pertama kalinya dalam satu dekade terakhir.

Kemudian, survei Hootsuite (We are Social) dari datareportal.com ini juga menampilkan hasil statistik platform media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Pada data tersebut, Whatsapp menjadi media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan jumlah persentasenya yaitu 92,1%. Setelahnya disusul oleh Instagram dengan persentase sebesar 86,5%, Facebook 83,8%, kemudian aplikasi yang terkenal baru-baru ini seperti TikTok dan Telegram sebesar 70,8% dan 64,3%.

Sebagaimana data yang tertera, Instagram menjadi platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia setelah Whatsapp. Meskipun berada pada urutan kedua, Instagram dikenal memiliki banyak kelebihan dan pembaruan fitur-fitur dibandingkan dengan Whatsapp ataupun aplikasi-aplikasi lainnya. Instagram merupakan aplikasi smartphone yang memungkinkan penggunaannya untuk berbagi dan mengedit foto atau video

dengan cepat (instan) yang juga dilengkapi fitur-fitur seperti Home Page, Comments, Likes, Caption, Hastag, Explore, Profil, Direct Message, News Feed, Filter Digital, Instagram Story, Reels dst. (Anugera & Putra, 2021).

Kehadiran Instagram serta fitur-fiturnya ini memberikan kemudahan bagi setiap orang atau penggunanya untuk memperoleh segala informasi mengenai suatu daerah, baik tentang kuliner, kebijakan pemerintah, keadaan lalu lintas, tempat wisata, hingga isu terkini yang terjadi di masyarakat setempat (Anisa Winanda Lidara, 2022). Karena manfaat dan kemudahan penggunaannya ini, akhirnya banyak lembaga resmi hingga masyarakat sipil yang suka rela membuat akun media sosial Instagram untuk menjadi acuan pengguna Instagram lainnya dalam mencari informasi daerah. Hampir setiap wilayah atau kota memiliki akun Instagram terkait informasi disekitarnya, begitu pula dengan Kota Salatiga.

Salatiga merupakan salah satu kota kecil dibagian Provinsi Jawa Tengah, Indonesia dengan luas wilayah 56,78 km² dan terdiri dari empat kecamatan, yaitu Argomulyo, Sidomukti, Sidorejo dan Tingkir. Wilayahnya yang dilintasi jalur arteri primer (jalan nasional) Jakarta-Semarang-Surakarta ini berjarak ± 53 kilometer dari Kota Surakarta dan ± 50 kilometer dari Kota Semarang. Pada aspek demografi, penduduk Kota Salatiga pada tahun 2021 mengalami pertumbuhan sebesar 0,18% sehingga jumlah total penduduk menjadi 196.440 jiwa (Salatiga, 2016).

Berdasarkan pra-riset yang dilakukan penulis, berikut daftar akun Instagram informatif terkait Kota Salatiga yang diurutkan berdasarkan jumlah followers terbanyak atau terpopuler, yaitu; @info.salatiga (73.800 followers), @wisatasalatiga (65.700 followers), @humaskotasalatiga (13.500 followers), @pemkotsalatiga (9.896 followers) dan @salatigainfo (5.709 followers). Dari daftar tersebut, dapat dilihat bahwa akun Instagram informatif terkait Kota Salatiga yang memiliki jumlah followers terbanyak adalah akun @info.salatiga dan ini menjadi alasan mengapa peneliti memilih untuk menganalisis akun tersebut dibanding dengan yang lainnya. Terlebih lagi, ini juga karena akun tersebut bukanlah milik Instagram resmi pemerintahan kota yang berwenang, serta belum adanya penelitian terkait konten atau informasi yang disebarluaskan.

Akun ini dibuat sejak november 2019 dengan menyajikan segala informasi tentang Kota Salatiga, baik dari visualisasi wilayah hingga wisata Kota Salatiga. Akun Instagram @info.salatiga ini menjadi cukup terkenal dikalangan para pengguna aplikasi Instagram, dapat dilihat dengan follower-nya yang kini berjumlah 73.800 dimana setiap harinya terus meningkat dan juga postingannya yang sudah berjumlah 3.049 (berupa feed dan reels) itu sering mendapatkan likes, views dan comments lebih dari 100 orang bahkan hingga sampai 1000-an. Namun dari banyaknya postingan akun Instagram @info.salatiga, peneliti menemukan beberapa komentar dari followers-nya yang menyatakan komplain maupun saran pada postingannya, yaitu seperti yang dilakukan oleh akun @ggrnd: "tolong dianalisis secara tata bahasa. Aku ngerti yang dimaksud penulis, tapi kok bacanya jadi agak belibet ya," Lalu dari akun @novihussein: "ini beneran apa gmn min? Buat org luar salatiga jd bertanya2, klo beneran ke sana ada ky gini ndak ya,".

Sehingga, berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui tingkat efektivitas akun media sosial Instagram @info.salatiga sebagai sarana pencarian informasi sekitar kota Salatiga, Jawa Tengah.

Dalam komunikasi (penyampaian pesan dan informasi) terdapat aspek penting yang harus dilibatkan, seperti yang digambarkan oleh Harold D. Laswel bahwa tindak komunikasi adalah menjawab pertanyaan: "Who says what in which channel To Whom with What Effect?" maka komunikasi yang baik adalah yang memiliki aspek komunikator (who), pesan (what), media atau sarana (channel), komunikan (whom), pengaruh atau akibat (effect) (Riki et al., 2023). Oleh karenanya, analisis suatu media diperlukan guna melihat bagaimana kelengkapan dan kejelasan suatu informasi yang akan mempengaruhi efektivitas dan pengaruh penggunaannya di kemudian hari.

Merujuk pada beberapa penelitian terdahulu, konten media sosial yang efektif akan memenuhi kebutuhan informasi followers-nya dengan baik (DESTHANIA, 2022). komunikasi dikatakan efektif jika adanya pemahaman dari para followers dalam memahami pesan yang disampaikan oleh akun komunitas terkait (Andiny et al., 2018). lalu apabila

penggunaan media sosial tersebut meningkat, maka pemenuhan kebutuhan informasi juga turut meningkat (Priana et al., 2022). dan dengan adanya kepuasan followers terhadap informasi yang jelas, singkat, padat, lengkap dan relevan mengidentifikasi bahwa media sosial tersebut efektif (Bahri, 2021).

Kata efektivitas memiliki kata dasar efektif yang merupakan serapan dari bahasa Inggris “effective” yang berarti berhasil. Secara umum, efektivitas merupakan istilah tentang seberapa jauh tercapai atau berhasilnya suatu tujuan, harapan, keinginan yang telah diatur dan ditentukan. Menurut bukunya yang berjudul “Konsep Dasar dan Pengertian Produktivitas Serta Interpretasi Hasil” ia menjelaskan bahwa efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) telah tercapai (Untari & Tumanggor, 2022). Jika hal tersebut dikaitkan dengan komunikasi, maka efektivitas komunikasi adalah tentang sejauh mana komunikator berhasil mencapai tujuan dalam menyampaikan suatu pesan atau informasi.

Efektivitas suatu komunikasi dapat dilihat secara sederhana dengan adanya kesamaan atau kesesuaian makna dalam pesan antara komunikator dan komunikan. Selain itu, tingkat efektivitas komunikasi juga dapat mempengaruhi bagaimana dampak dari isi pesan tersebut. Sebagaimana Wiryanto menjelaskan, bahwa komunikasi efektif apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat menghasilkan perubahan sebagaimana yang diinginkan komunikator, seperti perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku. Namun apabila pengalaman atau kemampuan antara komunikator dan komunikan dalam menangkap makna pesan tersebut cukup jauh berbeda, maka komunikasi akan sulit berlangsung. Hal tersebut menandakan bahwa ada dimensi-dimensi lain yang juga mempengaruhi efektivitas suatu komunikasi. Oleh karenanya, dalam bukunya yang berjudul “Audit Komunikasi: Teori Dan Praktek,” Andre Hardjana mengatakan bahwa efektivitas komunikasi ini dapat dianalisis atau diukur menggunakan beberapa indikator yaitu: Penerima komunikasi (Receiver), Isi Pesan (Content), Ketepatan waktu (Timing), Saluran (Media), Format kemasan (Format) dan Sumber (Source).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode pendekatan deskriptif evaluatif dari konsep efektivitas milik Andre Hardjana. Objek dalam penelitian ini adalah akun instagram @info.salatiga dengan subjeknya adalah followers aktif @info.salatiga. Sumber data primer pada penelitian ini didapatkan dari responden melalui kuesioner yang peneliti bagikan kepada followers aktif @info.salatiga. Penelitian dilakukan dalam jangka waktu pada bulan September hingga November, dengan lokasinya yang fleksibel karena instrumen penelitiannya berupa kuesioner online. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh followers akun Instagram @info.salatiga yang berjumlah 73.800 followers (terhitung sejak 20 Juni 2023). Karena sudah diketahui jumlah populasinya, maka dalam menentukan sampel penelitian ini peneliti menggunakan metode penarikan sampel dengan teknik simple random sampling dan rumus slovin, yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan : n = Jumlah sampel yang akan diambil

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel yang ditoleransi

Peneliti menggunakan tingkat kesalahan 10% atau 0,1, sehingga berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel yaitu, sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{(1+(N \times e^2))} \\
 n &= \frac{73.800}{(1+(73.800 \times 0.1^2))} \\
 n &= \frac{73.800}{(1+(73.800 \times 0.1^2))} \\
 n &= \frac{73.800}{739} \\
 &= 99,86 \text{ dibulatkan menjadi } 100
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan yang telah peneliti lakukan, maka jumlah sampel dari populasi yang diteliti adalah sejumlah 100 responden atau followers aktif.

Skala pengukuran dalam penelitian ini yaitu skala likert. Skala likert biasa digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang terkait riset fenomena sosial (Pratama, 2020). Sehingga variasi dan tingkatan jawaban dari setiap item pertanyaan untuk menggali data dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut :

Tabel 1 Data Responden

No.	Alternatif Jawaban	Kode Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Kurang Setuju	KS	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Dalam menganalisis data yang sudah didapatkan, peneliti akan menggunakan metode deskriptif kuantitatif persentase. Dengan rumusnya yaitu, sebagai berikut :

$$DP = \frac{n}{N} \times 100$$

Keterangan :

DP = Deskriptif presentase (%)

F = Skor empirik (Skor yang diperoleh)

N = Skor Ideal untuk setiap item pertanyaan

Dan untuk interval penilaian pada hasil penelitian ini yaitu dari angka presentase terendah 0% - 20% dengan kategori sangat tidak efektif, 21% - 40% kategori kurang efektif, 41% - 60% kategori cukup efektif, 61% - 80% kategori efektif, hingga pada tingkat tertinggi yaitu 81% - 100% yang berarti sangat efektif. Sedangkan untuk pengukuran validitas instrumen, peneliti menggunakan korelasi product moment dengan nilai probabilitas 0.05 atau 5%, yang mana teknik pengujiannya pada program SPSS adalah Corrected item-Total Correlation (item total statistic). Kemudian untuk uji reliabilitasnya, menggunakan teknik Alpha Cronbach dengan nilai koefisien 0.06.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September-November 2023. Kuesioner penelitian selesai diisi oleh 100 sampel penelitian (responden) pada akhir bulan Oktober, yang mana penyebaran kuesionernya dilakukan dalam jaringan (online) melalui fasilitas

Direct Message (DM) pada aplikasi Instagram. Kemudian, peneliti melanjutkan dengan penyusunan tabulasi data, uji validitas-reliabilitas dan pengambilan kesimpulannya.

Hasil Uji Validitas

Uji Validitas ini dimaksudkan untuk menguji sejauh mana keabsahan atau akurasi alat ukur instrumen penelitian dalam mengukur data penelitiannya (Elvinaro, 2010). Oleh karenanya, dalam mengukur validitas instrument penelitian ini, peneliti menggunakan korelasi product moment dengan taraf signifikan nilai probabilitas 0.05 atau 5%. Dari hasil perhitungan menggunakan SPSS versi 16.0 windows, maka didapatkan hasil R-hitung dan keterangannya sebagai berikut :

Tabel 2 Data Responden

Kategori	Pertanyaan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Penerima Komunikasi (Receiver)	PK.P1	0.544	0.3610	Valid
	PK.P2	0.521	0.3610	Valid
	PK.P3	0.492	0.3610	Valid
	PK.P4	0.549	0.3610	Valid
Isi Pesan (Content)	IP.P5	0.665	0.3610	Valid
	IP.P6	0.542	0.3610	Valid
	IP.P7	0.768	0.3610	Valid
	IP.P8	0.707	0.3610	Valid
Ketepatan Waktu (Timing)	KW.P9	0.672	0.3610	Valid
	KW.P10	0.819	0.3610	Valid
	KW.P11	0.502	0.3610	Valid
	KW.P12	0.588	0.3610	Valid
Saluran (Media)	SM.P13	0.732	0.3610	Valid
	SM.P14	0.851	0.3610	Valid
	SM.P15	0.717	0.3610	Valid
	SM.P16	0.803	0.3610	Valid
Format Kemasan (Format)	FK.P17	0.753	0.3610	Valid
	FK.P18	0.843	0.3610	Valid
	FK.P19	0.748	0.3610	Valid
	FK.P20	0.720	0.3610	Valid
Sumber (Source)	SS.P21	0.613	0.3610	Valid
	SS.P22	0.708	0.3610	Valid
	SS.P23	0.807	0.3610	Valid
	SS.P24	0.713	0.3610	Valid

Dari uji validitas yang telah dilakukan, pada tabel hasil diatas dapat dilihat bahwa semua R-hitung baik dari kategori pertanyaan Penerima Komunikasi (Receiver) (PK.P1- PK.P4), Isi Pesan (Content) (IP.P5- IP.P8), Ketepatan Waktu (Timing) (KW.P9- KW.P12), Saluran (Media) (SM.P13- SM.P16), Format Kemasan (Format) (FK.P17- SS.P20) hingga kategori Sumber (Source) (SS.P21- SS.P24) memiliki jumlah nilai R-hitung yang lebih besar dari nilai R-tabelnya, yang mana dasar pengambilan keputusan dari uji validitas adalah jika nilai R-hitung > R-tabel maka instrumen dinyatakan valid, dan jika sebaliknya yaitu R-hitung < R-tabel maka instrumen dinyatakan tidak valid. Sehingga dapat disimpulkan, bahwa 24 soal kuesioner ini akurat atau sah digunakan sebagai instrumen penelitian.

Hasil Uji Reliabilitas

Fungsi dari uji reliabilitas ini adalah untuk memastikan bahwa kuesioner penelitian yang peneliti gunakan dalam menggali data saat ini cukup reliabel dan dapat dipertanggungjawabkan (Tullah & Hermawansyah, 2022). Oleh karenanya, dalam mengukur reliabilitas instrument penelitian ini, peneliti menggunakan teknik Alpha Cronbach dengan nilai koefisien 0.06. Dari hasil perhitungan menggunakan SPSS versi 16.0 windows, maka didapatkan hasil tabel sebagai berikut :

Tabel 3 Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.944	24

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan, pada tabel hasil dengan judul “*Reliability Statistic*” diatas, tepatnya pada kolom *Cronbach's Alpha* didapat nilai 0.944 dengan N (jumlah) instrumen itemnya sebanyak 24 soal kuesioner. Berdasarkan dasar pengambilan keputusannya, yang mana instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0.6, sehingga dari uji reliabilitas ini dapat disimpulkan bahwa instrumen atau kuesioner yang peneliti gunakan reliabel dan dapat dipertanggungjawabkan.

Hasil Pengukuran Tingkat Efektivitas

Pada tahap ini peneliti mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasikan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data, lalu meneliti dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Hasil tabulasi data yang sudah didapatkan adalah sebagai berikut :

Tabel 4 Hasil Pengukuran Tingkat Efektivitas

Responden	Skor	Responden	Skor	Responden	Skor	Responden	Skor
001	81	026	87	051	85	076	97
002	78	027	89	052	99	077	95
003	92	028	87	053	94	078	114
004	81	029	92	054	91	079	86
005	88	030	89	055	89	080	86
006	91	031	84	056	80	081	100
007	90	032	83	057	83	082	89
008	111	033	91	058	87	083	95
009	82	034	94	059	87	084	92
010	84	035	90	060	92	085	98
011	107	036	92	061	89	086	105
012	89	037	82	062	92	087	113
013	91	038	91	063	79	088	106
014	91	039	88	064	83	089	106
015	93	040	84	065	80	090	109
016	110	041	90	066	93	091	87
017	120	042	104	067	96	092	85
018	100	043	94	068	84	093	93
019	92	044	94	069	87	094	98
020	116	045	96	070	88	095	97
021	105	046	89	071	82	096	94
022	115	047	86	072	101	097	77
023	113	048	83	073	85	098	95
024	91	049	88	074	91	099	72
025	72	050	81	075	90	100	88
Skor Total						9195	

Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa skor total dari semua responden adalah 9195. Jika dilakukan perhitungan secara menyeluruh untuk mengetahui tingkat efektivitas akun media sosial Instagram @info.salatiga sebagai media informasi online di Kota Salatiga, maka akan penghitungan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

$$DP = \frac{9195}{12000} \times 100$$

$$\begin{aligned} &= \frac{9195}{12000} \times 100 \\ &= 0.766 \times 100 \\ &= 76,6 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil pengukuran tingkat efektivitas penggunaan media sosial Instagram @info.salatiga sebagai media informasi online di Kota Salatiga, maka diperoleh hasil persentase sebesar **76,6%** dengan tingkat kategori **efektif** (berada dalam jangka interval 61% - 80%). Hal ini menunjukkan bahwa akun Instagram @info.salatiga merupakan media yang efektif sebagai media informasi online di Kota Salatiga dan dapat disimpulkan juga bahwa akun @info.salatiga memiliki efektivitas komunikasi meskipun tidak terlalu tinggi.

KESIMPULAN

Data pada penelitian ini diperoleh dari 100 responden, dengan 66% jenis kelamin respondenya adalah perempuan dan sisanya adalah laki-laki sejumlah 34%. Rata-rata usia terbanyak dari responden tersebut adalah 18-25 tahun yaitu sebesar 78% dan 14% berusia diantara 26-35 tahun, sedangkan sisanya dibawah 18 tahun atau diatas 35 tahun. Kemudian untuk status pekerjaan terbanyak dari seluruh responden yang merupakan follower aktif akun Instagram @info.salatiga ini adalah seorang mahasiswa/i dengan tingkat presentase sebesar 56%, lalu yang terbanyak kedua adalah karyawan swasta sebesar 36%. Dari hasil penelitian ini juga diketahui bahwa alasan dari responden mengakses akun Instagram @info.salatiga adalah untuk tujuan mendapatkan informasi wisata, lalu hanya sebagai hiburan atau rasa penasaran semata terhadap Kota Salatiga.

Akun Instagram ini memang menyajikan banyak segmen informasi terkait Kota Salatiga, akan tetapi kebanyakan responden menjawab kebutuhan informasi mereka hanya sekedar tentang informasi wisata dan hiburan. Dari hasil analisis penulis juga menyimpulkan bahwa akun ini tidak membahas terkait informasi yang lebih serius atau detail baik terkait lalu lintas, pemkot atau pekerjaan di daerah tersebut. Oleh karenanya, responden tidak menjadikan akun Instagram ini sebagai acuan informasi yang lebih formal. Terlebih lagi, akun ini bukanlah akun Instagram resmi pemerintahan kota, sehingga dirasa wajar jika akun ini belum menyediakan segala segmen informasi baik yang formal atau yang bersifat hiburan.

Hal ini juga ditunjukan dari hasil masing-masing tiap indikatornya, bahwa setiap indikatornya pun hanya memiliki nilai rata-rata diatas 70% namun tidak lebih dari 80%. Secara keseluruhan, nilai setiap indikatornya adalah sebagai berikut; Penerima Komunikasi (Receiver) hanya memiliki nilai efektivitas sebesar 75,25%, lalu indikator Isi Pesan (Content) sebesar 77,65%, disusul Ketepatan Waktu (Timing) sebesar 76,05%, Saluran (Media) sebesar 75,05%, Format Kemasan (Format) sebesar 77,95% dan yang terakhir adalah indikator Sumber (Source) sebesar 77,8%. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa responden merasa akun Instagram @info.salatiga efektif sebagai media informasi online di Kota Salatiga untuk segmen yang disajikan oleh admin akun tersebut, meskipun nilai keefektifannya tersebut tidak terlalu tinggi melebihi skor 80% (sangat efektif).

BIBLIOGRAFI

- Afandi, A., Samudra, J. P., Sherley, S., Veren, V., & Liang, W. (2021). Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 5(1), 15–28.
- Andiny, N. D., Nurhayati, I. K., & Rahmasari, G. (2018). Efektivitas akun komunitas instagram@ 1000_guru_bdg dalam pemenuhan kebutuhan informasi followers. *PRofesi Humas*, 3(1), 81–101.
- Anisa Winanda Lidara, A. (2022). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram@*

Infopku_ Sebagai Media Informasi Online Kota Pekanbaru. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Anugera, M. R., & Putra, D. K. S. (2021). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram@ Jabarsaberhoaks Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tentang Fakta Hoaks Pada Followers Di Jawa Barat. *EProceedings of Management*, 8(3).

Asiati, D. I., & Septadiyanto, S. (2019). Karakteristik pengguna media sosial. *Mbia*, 17(3), 25–36.

Bahri, A. N. (2021). *Efektivitas Komunikasi Akun Instagram@ Republikaonline Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Generasi Milenial Muslim*.

DESTHANIA, F. (2022). *Efektivitas Konten Dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram@ Balikpapanku Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers Di Balikpapan*.

Firdaus, D. D., Yustikasari, Y. Y., & Prastowo, F. X. A. A. (2021). Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial Instagram@ Infobdgcom Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Journal Of Scientific Communication (JSC)*, 3(2).

Kadir, M. R. A., Johari, N. I. S., & Hussin, N. (2018). Information needs and information seeking behaviour: A case study on students in private university library. *Development*, 7(3).

Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016, 2017.

PERDANA, M. I. (2018). *Efektivitas Akun Sosial Media Twitter Pemerintah Kota Bekasi@ pemkotbekasi Terhadap Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Bekasi*.

Pratama, G. (2020). Analisis Transaksi Jual Beli online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemic Covid 19. *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 1(2), 21–34.

Priana, A., Sutjipto, V. W., & Romli, N. A. (2022). Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram@ riliv dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(2), 85–97.

Riki, R., Kremer, H., Suratman, S., Ciptoputra, V. A. A., & Hazriyanto, H. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Peranan Sebagai Sarana Komunikasi Dan Promosi Produk. *Jurnal Cafetaria*, 4(1), 98–105.

Salatiga, B. P. S. K. (2016). Kota Salatiga dalam Angka 2018. *Salatiga: BPS Kota Salatiga*.

Sunarto, A. (2016). Membangun Bangsa Indonesia Dengan Teknologi Informasi Dan Komunikasi. *Nuansa: Jurnal Studi Islam Dan Kemasyarakatan*, 9(2), 117–132.

Untari, L. W., & Tumanggor, B. F. (2022). Evaluasi Penerapan Aplikasi Naskah Dinas Elektronik (NADINE) Bagi Peningkatan Produktivitas Kerja Pegawai Di Biro Umum Sekretariat Jenderal Kementerian Energi Dan Sumber Daya Mineral. *Jurnal Sumber Daya Aparatur*.