

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP  
PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI COVID-19 PADA FOLLOWERS AKUN  
INSTAGRAM @kemenkes\_ri**

**Mohamad Iqbal Saputra<sup>1</sup>, Eko Hartanto<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Ilmu Komunikasi, [iqbalsaputra909@gmail.com](mailto:iqbalsaputra909@gmail.com), Universitas Gunadarma

<sup>2</sup> Ilmu Komunikasi, [ekoharta272@gmail.com](mailto:ekoharta272@gmail.com), Universitas Gunadarma

**ABSTRACT**

*The rapid development of the internet has made the internet a basic need for humans to obtain information. The purpose of this study was to find out how much influence the use of social media and the quality of information has on fulfilling the Covid-19 information needs of followers of the Instagram account @kemenkes\_ri. This research method uses quantitative methods by conducting surveys distributing questionnaires to respondents. In this study, respondents were active users of Instagram social media and had accessed the Indonesian Ministry of Health's Instagram. The theory used in this study is the Uses and Effects theory, because media users can determine for themselves which media to use. In this theory media users are trying to find which media can be the most trusted media to meet their needs, one of which is to meet the information needs related to Covid-19 which is described through the Instagram account of the Ministry of Health or known as the Indonesian Ministry of Health and the information obtained from the Instagram account @kemenkes\_ri applied to everyday life. The second theory is Information Search Theory, because information seeking behavior is an action taken by a person or group to meet their information needs. In this case, the public is searching for information about Covid-19 through trusted sources, such as the Instagram account @kemenkes\_ri*

**Keywords:** *Use of Social Media, Quality of Social Media Information, Covid-19, the Indonesian Ministry of Health's Instagram Account*

**Abstrak**

Perkembangan internet yang semakin pesat, menjadikan internet sebagai kebutuhan pokok bagi manusia dalam memperoleh informasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial dan kualitas informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Covid-19 pada followers akun Instagram @kemenkes\_ri. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan survey membagikan kuesioner kepada responden. Pada penelitian ini, responden adalah pengguna aktif media sosial instagram dan pernah mengakses instagram Kemenkes RI. Teori yang digunakan pada penelitian ini teori Uses and Effect, karena pengguna media dapat menentukan sendiri media mana yang akan digunakan. Pada teori ini pengguna media berusaha mencari media mana yang dapat menjadi media yang paling dapat dipercaya untuk memenuhi kebutuhannya, salah satunya adalah memenuhi kebutuhan informasi yang berhubungan dengan Covid-19 yang diuraikan melalui akun Instagram Kementerian Kesehatan atau yang dikenal dengan Kemenkes RI dan informasi yang didapat dari akun Instagram @kemenkes\_ri diaplikasikan kedalam kehidupan sehari-hari. Teori yang kedua yaitu Teori Pencarian Informasi, karena perilaku pencarian informasi merupakan tindakan yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Dalam hal ini khalayak melakukan pencarian informasi seputar Covid-19 melalui sumber-sumber yang terpercaya seperti halnya akun Instagram @kemenkes\_ri.

**Kata Kunci:** Penggunaan Media Sosial, Kualitas Informasi Media Sosial, Covid-19, Akun Instagram Kemenkes RI

**1. PENDAHULUAN**

Perkembangan internet yang semakin pesat, menjadikan internet sebagai kebutuhan pokok bagi manusia. Kehadiran internet sangat membantu manusia dalam memperoleh informasi. Dengan adanya internet memudahkan manusia untuk memenuhi kebutuhannya, kebutuhan manusia yang semakin bertambah berbanding lurus dengan penggunaan internet. Di Indonesia sendiri perkembangan dari penggunaan internet terus bertambah.

Salah satu produk dari internet adalah media sosial. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015). Media

sosial adalah suatu medium bagi para penggunanya untuk saling bertukar informasi dengan pengguna lain secara virtual.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia saat ini, dan berada pada urutan ke-2 sebagai media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia. Pengguna instagram dapat melakukan proses komunikasi dan berinteraksi melalui fitur-fitur yang disediakan seperti *Like*, *Comment*, dan *Direct Message* dengan pengguna lainnya. Dalam instagram pengguna dapat menjadi pengikut pengguna instagram lainnya. Ketika sudah menjadi pengikut pengguna lain, postingan yang diunggah kemudian dapat diketahui dan dapat dinikmati oleh pengguna lainnya.

Informasi merupakan hal yang penting untuk menambah pengetahuan. Pentingnya sebuah informasi akan membuat setiap individu menjadi terdorong untuk mencari informasi yang dibutuhkan melalui media-media yang paling efektif dan akurat. Setiap individu dapat mengakses berita baik melalui media cetak seperti Koran atau majalah maupun media online. Perkembangan teknologi yang semakin maju memudahkan setiap individu untuk mengakses informasi yang dibutuhkan berkat adanya perkembangan teknologi, setiap individu dapat memperoleh informasi dengan mudah dan cepat.

Sejak pertama kali kemunculan virus ini tahun 2019 lalu, virus ini menyebar ke berbagai negara tak terkecuali Indonesia dan menjadi permasalahan global. Permasalahan itu terkait dengan masalah kesehatan dan virus, yaitu *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* atau yang biasa disebut dengan virus corona. Di Indonesia sendiri temuan pertama virus corona terjadi pada tanggal 2 Maret 2020. Kefenomenalan virus corona atau Covid-19 ini membuatnya banyak di cari, tentunya informasi yang jelas dari virus ini. Masyarakat pastinya membutuhkan informasi terkait virus yang sedang menyebar, tentang penyebaran virus, cara pencegahan virus, dan lain sebagainya yang terkait tentang virus corona atau Covid-19. Sehingga hal-hal tersebut dapat menjadi motif untuk mereka mencari informasi yang akurat mengenai virus tersebut agar tidak terjadi kesalahan informasi. Tentunya ini menjadi perhatian bagi Kementerian Kesehatan Republik Indonesia mengenai informasi tentang virus corona dengan mengunggah informasi mengenai virus corona dalam akun instagram @kemenkes\_ri.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penggunaan Media Sosial

Munculnya media sosial yang beragam, membuat setiap individu dapat memilih sendiri media sosial yang ingin mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Penggunaan media sosial menurut penelitian dari Chris Heuer pendiri Media Social Club dan innovator media baru dalam buku "Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build Cultivate and Measure Success on The Web" (dalam Solis, 2010) berpendapat bahwa terdapat 4C dalam penggunaan media sosial diantaranya sebagai berikut:

- a. Context  
"How we frame our stories" yaitu bagaimana membentuk sebuah pesan atau berita (informasi) seperti bentuk dari sebuah pesan itu sendiri, penggunaan bahasa maupun isi dari pesan tersebut. Meliputi ketersediaan konten bagi publiknya, kualitas konten, serta kemampuan konten menggapai publiknya.
- b. Communication  
"The practice of sharing our story as well as listening, responding, and growing." Adalah cara berbagi cerita atau informasi yang meliputi cara mendengarkan, merespon, dengan berbagai cara seperti menambahkan gambar ataupun pengemasan pesan yang membuat pengguna merasa nyaman dan pesan tersampaikan dengan baik.
- c. Collaboration  
"Working together to make things better and more efficient and effective." Adalah Kerja sama antara sebuah akun atau perusahaan dengan penggunanya di media sosial untuk membuat hal baik yang lebih efektif dan efisien.
- d. Connection  
"The relationships we forge and maintain." Yaitu pemeliharaan hubungan yang sudah terbina. Bisa dengan melakukan sesuatu yang bersifat berkelanjutan sehingga pengguna merasa lebih dekat dengan sebuah akun maupun perusahaan pengguna media sosial.

## 2.2 Kualitas Informasi

Informasi menurut Laudon merupakan kumpulan data yang telah dirubah kedalam bentuk yang berarti dan berguna bagi manusia. Dikatakan berarti dan berguna apabila data yang telah dirubah itu bermanfaat bagi manusia. Informasi merupakan hasil dari proses intelektual seseorang yang memproses stimulus yang diterima oleh pancaindera dan diteruskan ke otak hingga diproses dengan pengetahuan, pengalaman, selera, dan keyakinan yang dimiliki seseorang sehingga berujung menjadi sebuah informasi. Informasi yang terekam di otak seseorang maka akan berubah menjadi sebuah pesan (Agustine dan Prasetyawati, 2020).

Menurut James A O'Briens (dalam Purnama 2017) kualitas informasi adalah tingkat dimana informasi memiliki karakteristik isi, bentuk, dan waktu yang memberikannya nilai buat para pemakai akhir tertentu. Informasi yang berkualitas tinggi, yaitu memiliki karakteristik, atribut, atau kualitas yang membuat informasi lebih bernilai. Kualitas informasi itu sendiri merupakan suatu persepsi seseorang terhadap suatu kualitas informasi mengenai produk atau layanan yang telah disediakan oleh sebuah website (Park dan Kim, 2003, dalam Aini, 2019).

## 2.3 Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Belkin (dalam Ishak, 2006) menyatakan bahwa kebutuhan informasi terjadi ketika seseorang menyadari adanya kekurangan dalam tingkat pengetahuannya tentang situasi atau topik tertentu dan berkeinginan mengatasi kekurangan tersebut. Terdapat banyak alasan mengapa seseorang mencari, mengakses, mendapatkan, lalu menggunakan informasi yang mereka peroleh. Banyak faktor yang mempengaruhi seseorang membutuhkan informasi dalam subjek tertentu. Nicholas dalam bukunya tentang menilai kebutuhan informasi menguraikan beberapa faktor tersebut, antara lain faktor pekerjaan seseorang, kultur budaya, kepribadian, tingkat pendidikan, jenis kelamin, usia, ketersediaan waktu luang, masalah akses, sumber informasi, dan jumlah informasi yang tersedia.

Seseorang bisa dikatakan membutuhkan informasi ketika ia menyadari bahwa pengetahuan yang dimiliki dirinya masih kurang mencukupi untuk memecahkan suatu masalah tertentu dalam dirinya. Dengan sendirinya kebutuhan akan informasi akhirnya akan melahirkan permintaan akan informasi yang diinginkan oleh pemakai informasi. Sebab, permintaan dan kebutuhan sangat berkaitan erat, karena apa yang diminta oleh seseorang tentu merupakan apa yang dibutuhkan oleh orang tersebut. Dalam tahap ini pencarian informasi untuk memenuhi kebutuhan mereka dimulai dan pengguna mulai berinteraksi dengan saluran-saluran dan sistem informasi yang ada (Nicholas, 2000, dalam Burhanuddin, 2015).

## 3. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Peneliti lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil penelitian dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi (Kriyantono, 2006).

Data yang diperoleh didapatkan dari studi pustaka, studi lapangan, dan observasi. Studi pustaka didapatkan dari buku-buku, jurnal-jurnal, dan artikel-artikel yang berkaitan dengan dengan penelitian ini, studi lapangan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sesuai dengan judul penelitian, sedangkan observasi dilakukan dengan memahami fenomena yang ada untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Alat ukur yang digunakan menggunakan Skala Likert. Sesuai dengan subjek penelitian yang sudah peneliti kemukakan, maka pelaksanaan penelitian ini tidak dibatasi pada satu wilayah saja, karena yang mengikuti akun Instagram @kemenkes\_ri yang merupakan responden dari penelitian ini berada di wilayah yang berbeda-beda.

Pada populasi yang akan diteliti adalah followers akun Instagram @kemenkes\_ri, berdasarkan peneliti temukan jumlah followers akun Instagram @kemenkes\_ri sebanyak 2.400.000 pertanggal 22 Maret 2022. Dalam penelitian ini populasi akan diambil sesuai dengan kriteria dan karakteristik yang sudah peneliti tentukan yaitu berusia 18-51 tahun dan yang mengikuti akun Instagram @kemenkes\_ri. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Non Probability Sampling dan metode penempatannya menggunakan Purposive Sampling untuk dijadikan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Sampel

pada penelitian ini diambil dari populasi sebesar 2.300.000 dengan perhitungan rumus slovin dengan tingkat error 5% dan di peroleh hasil sampel sebesar 400 responden.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dapat dilihat dari hasil pengumpulan data kuesioner yang disebar ke 400 responden yang memiliki kriteria sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti yaitu dari jenis kelamin laki-laki dan perempuan yang dimana laki-laki memperoleh presentase sebesar 52% dan perempuan memperoleh presentase sebesar 48%. Dari segi usia, rentang usia 17-25 memperoleh presentase sebesar 66%, rentang usia 26-34 memperoleh presentase sebesar 31%, dan rentang usia 35-51 memperoleh presentase sebesar 3% hal ini menunjukkan bahwa rentang usia 17-25 lebih aktif menggunakan Instagram

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Hasil Presentase
Laki-laki	52%
Perempuan	48%

Tabel 2. Rentang Usia Responden

Rentang Usia	Hasil Presentase
17-25	66%
26-34	31%
35-51	3%

##### 4.1 Uji Validitas

Uji Validitas merupakan sebuah pengujian yang digunakan dengan tujuan untuk melihat mengenai seberapa suatu keabsahan atau ketepatan yang terjadi dari sebuah pernyataan-pernyataan yang akan dibuat dengan melakukan sebuah pengujian berupa pengukuran dari sebuah variabel-variabel yang digunakan untuk diteliti dengan tujuan mendapatkan hasil yang diinginkan dalam proses penelitian yang sedang dilakukan.

Korelasi Pearson Product Moment untuk mencari arah dan kekuatan antar variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan data yang berbentuk rasio dan interval. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan pada 30 responden yang mengikuti akun Instagram @kemenkes\_ri. Hasil dari uji validitas dari masing-masing pernyataan lebih besar dari 0.3610 sehingga dapat memenuhi syarat validitas dan layak untuk dijadikan pernyataan dalam penelitian ini.

##### 4.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi pengukuran variabel. Pengukuran yang reliabel akan menunjukkan instrumen yang sudah dipercaya dan dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya. Peneliti akan menguji keandalan dengan menghitung dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel. Instrumen yang digunakan dalam variabel tersebut dikatakan andal (reliabel) apabila memiliki Cronbach Alpha lebih dari atau sama dengan 0,6 (Ghozali, 2018). Nilai Cronbach Alpha dari masing-masing variabel >0,6, maka dapat disimpulkan ketiga variabel tersebut dinyatakan reliabel.

##### 4.3 Uji Asumsi Klasik

###### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian tentang kenormalan data, uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi, variabel bebas dan variabel terikat terdistribusi dengan normal. Menurut Ghozali (2018). Bahwa hasil uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov Smirnov, diketahui nilai signifikansi sebesar 0,200 yang dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

###### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas atau tidak. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam regresi, maka bisa dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Sebagai prasarat model regresi harus mempunyai nilai tolerance  $> 0,10$  dan  $VIF < 10$ , maka tidak terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, jika nilai tolerance  $< 0,10$  dan  $VIF > 10$ , maka terjadi multikolinieritas. Bahwa nilai Tolerance dari variabel penggunaan media sosial (X1) sebesar 0,616 lebih besar  $> 0,10$ , nilai Tolerance dari variabel kualitas informasi (X2) sebesar

0,616 lebih besar > 0,10. Nilai VIF dari uji multikolinieritas menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial (X1) sebesar 1,623 kurang dari < 10, dan variabel kualitas informasi (X2) sebesar 1,623 kurang dari < 10. Berdasarkan pemaparan diatas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik dalam sebuah uji heteroskedastisitas yaitu tidak adanya masalah heteroskedastisitas pada sebuah pernyataan-pernyataan yang diajukan. hasil uji heterokedastisitas menggunakan uji Glesjer diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) dari variabel penggunaan media sosial (X1) sebesar 0,052 yang dimana nilai tersebut lebih dari 0,05, dan nilai signifikansi (Sig.) pada variabel kualitas informasi (X2) sebesar 0,799 yang dimana nilai tersebut lebih dari 0,05. Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

4.4 Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang digunakan untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (independen) terhadap suatu variabel tak bebas (dependen). Perbedaan penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel bebas (independen) yang digunakan. Penerapan metode regresi berganda jumlah variabel bebas (independen) yang digunakan lebih dari satu yang memengaruhi satu variabel tak bebas (dependen) (Siregar, 2013).

$$Y = A + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 3,836 + 0,270X_1 + 0,494X_2 + e$$

Nilai konstanta yaitu 3,836 memiliki nilai positif yang menunjukan bahwa variabel bebas (penggunaan media sosial dan kualitas informasi) berpengaruh pada variabel terikat (pemenuhan kebutuhan informasi), bila variabel bebas naik maka variabel terikat akan naik juga. Pada penggunaan media sosial memiliki nilai 0.270 atau sekitar 27% menunjukan bahwa variabel penggunaan media sosial berpengaruh positif pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi, dan kualitas informasi memiliki nilai positif 0.494 atau sekitar 49,4% terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik penggunaan media sosial dan kualitas informasi, maka pemenuhan kebutuhan informasi tentang Covid-19 akan semakin tinggi.

4.5 Uji T (Parsial)

Uji T dilakukan untuk mengetahui seberapa pengaruhnya variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, uji T dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Jika t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Hasil dari uji t pada penggunaan media sosial (X1) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y) mendapatkan hasil sebesar 4.171 yang berarti 4.171 > 1.648. Dari hasil tersebut dapat di nyatakan bahwa penggunaan media sosial (X) mempunyai pengaruh yang positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Covid-19(Y).

Hasil dari uji T pemenuhan kebutuhan infokualitas informasi (X2) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y) mendapatkan hasil sebesar 6.267 yang berarti yaitu t hitung > t tabel, 6.267 > 1.648. Dapat ditarik kesimpulan dari penjelasan yang sudah di jabarkan adalah variabel bebas kualitas informasi (X2) berpengaruh pada variabel terikat pemenuhan kebutuhan informasi Covid-19 (Y).

4.6 Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama, yaitu dapat dilakukan dengan membandingkan f hitung > f tabel maka terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Hasil dari variabel X1, X2 terhadap Y yaitu penggunaan media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @kemenkes\_ri terhadap terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Covid-19 sebesar 181.304 yang berarti f hitung > f tabel, 181.304 > 3.018. Dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan media sosial (X1), kualitas informasi (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi Covid-19 (Y).

4.7 Uji Koefisien Determinasi

Uji  $r^2$  atau uji koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Siregar, 2013). Pada nilai R square atau  $r^2$  yaitu koefisien determinasi terdapat pengaruh sebesar 0.477, nilai tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel terikat sebesar 47.7%. Sedangkan sisanya 52.3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

**Tabel 3. Kategori  $r^2$**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Siregar, 2013

#### 4.8 Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai penggunaan media sosial dan kualitas informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Covid-19 pada *followers* akun Instagram @kemenkes\_ri, didapatkan bahwa hasil dari penggunaan media sosial dan kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Covid-19 pada *followers* akun Instagram @kemenkes\_ri.

Pada pengujian hipotesis pertama yang dimana Ha1 adalah Terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Covid-19 pada *followers* akun instagram @kemenkes\_ri. Penggunaan media sosial menurut penelitian dari Chris Heuer pendiri Media Social Club dan innovator media baru dalam buku “Engage: The Complete Guide for Brands and Bussiness to Build Cultivate and Meassure Success on The Web” (dalam Solis, 2010) berpendapat bahwa terdapat 4C dalam penggunaan media sosial diantaranya *context, communication, collaboration, dan connection*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Ho1 ditolak dan Ha1 diterima. Maka variabel penggunaan media sosial secara parsial berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

Pada pengujian hipotesis kedua yang dimana Ha2 adalah Terdapat pengaruh kualitas informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Covid-19 pada *followers* akun instagram @kemenkes\_ri. Menurut Mc Leod dalam Deni dan Kunkun (2013), bahwa suatu informasi yang berkualitas harus memiliki ciri-ciri yaitu akurat, tepat waktu, relevan, dan lengkap. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Ho2 ditolak dan Ha2 diterima. Maka variabel kualitas informasi secara parsial berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

Pada pengujian hipotesis ketiga yang dimana Ha3 adalah Terdapat pengaruh penggunaan media sosial dan kualitas informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Covid-19 pada *followers* akun instagram @kemenkes\_ri. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Ho3 ditolak dan Ha3 diterima. Maka penggunaan media sosial dan kualitas informasi secara simultan berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Effect*. Menurut Sendjaja (dalam Bungin, 2006), teori *Uses and Effect* pertama kali dikemukakan oleh Sven Windahl (1979), yang merupakan sintesis antara pendekatan uses and gratification dan teori tradisional mengenai efek. Konsep “use” (penggunaan) merupakan bagian yang sangat penting dari pemikiran ini. Penggunaan media massa dapat memiliki banyak arti. Ini dapat berarti *exposure* yang semata-mata menunjuk pada tindakan mempersepsi. Dalam konteks lain, pengertian tersebut dapat menjadi suatu proses yang lebih kompleks, dimana isi terkait harapan-harapan tertentu untuk dapat dipenuhi, fokus pada teori ini lebih kepada pengertian yang kedua. Dalam hal ini adalah *followers* akun Instagram @kemenkes\_ri melihat, membaca informasi yang diberikan mengenai Covid-19 dalam rangka untuk memenuhi kebutuhannya dan juga memahami apa isi pesan yang ingin disampaikan oleh pemerintah melalui akun Instagram @kemenkes\_ri sebagai media dan memberikan informasi pada masyarakat mengenai bahaya dari virus covid-19 sehingga masyarakat mematuhi protokol kesehatan serta

mengikuti anjuran dari pemerintah untuk melakukan vaksinasi pada masyarakat sebagai upaya untuk pencegahan penularan virus Covid-19.

Teori yang kedua menggunakan teori pencarian informasi yang dikemukakan oleh Ellis, Wilson, dan Kulthau. Menurut Wilson memberikan definisi *information seeking behavior* sebagai perilaku pencarian informasi yang bertujuan untuk mencari informasi yang dibutuhkan, dalam pencarian informasinya, individu akan berinteraksi atau menggunakan system pencarian manual melalui media tekstual seperti buku, Koran, majalah ilmiah dan perpustakaan, atau juga dapat menggunakan media yang berbasis komputer seperti internet, dengan kata lain perilaku pencarian informasi adalah suatu kegiatan atau aktivitas dari individu dalam mencari informasi yang dibutuhkan atau diinginkan dengan suatu tujuan tertentu (Bidayasari, 2018). Perilaku pencarian informasi ada karena adanya tuntutan untuk memenuhi kebutuhan informasi. Perilaku pencarian informasi merupakan tindakan yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Dalam hal ini khalayak melakukan pencarian informasi seputar Covid-19 melalui sumber-sumber yang terpercaya seperti halnya akun Instagram @kemenkes\_ri.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari keseluruhan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Kualitas Informasi terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Covid-19 Pada Followers Akun Instagram @kemenkes\_ri, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Covid-19 pada followers akun Instagram @kemenkes\_ri. Variabel ini memiliki empat indikator diantaranya context, collaboration, communication, dan connection. Followers menggunakan atau mengakses akun Instagram @kemenkes\_ri mendapatkan informasi-informasi yang mereka butuhkan mengenai informasi seputar Covid-19.
2. Kualitas informasi memiliki pengaruh yang positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Covid-19 pada followers akun Instagram @kemenkes\_ri. Kualitas informasi pada penelitian ini yaitu akurat, tepat waktu, relevan dan lengkap yang dapat memenuhi kebutuhan informasi seputar Covid-19.
3. Penggunaan media sosial dan kualitas informasi secara bersama-sama memengaruhi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Covid-19 pada followers akun Instagram @kemenkes\_ri dengan kategori cukup.

### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Saran akademis  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian atas topik yang serupa. Bagi penelitian berikutnya diharapkan mampu melakukan penelitian lebih lanjut diluar dari penggunaan media dan kualitas informasi pada akun Instagram @kemenkes\_ri seperti halnya kredibilitas, terpaan dan sebagainya.
2. Saran praktis  
Bagi akun Instagram @kemenkes\_ri diharapkan bisa terus meningkatkan kinerja dalam memberikan informasi-informasi yang mengedukasi bagi masyarakat dikarenakan dalam indikator communication menjadi indikator dengan jawaban responden tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 23%. Hal ini sangat penting karena masih banyaknya informasi yang belum jelas kebenarannya dan juga hoax yang bertebaran khususnya informasi seputar Covid-19 mengingat pandemi Covid-19 ini belum benar-benar usai dan Indonesia masih dalam masa pemulihan pasca pandemi.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aini, N dan Sendi, 2019. Pengaruh Kualitas Informasi Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Youtube Channel “Gadgetin” Terhadap Keputusan Pembelian Gadget. Jurnal Scriptura, Vol. 9, No. 2.
- [2] Agustine, M dan Prasetyawati, 2020. Pengaruh kualitas informasi Instagram dan electronic word of mouth terhadap citra dapurfit. Jurnal Profesi Humas, Vol. 5, No. 1.

- [3] Bidayasari, S, 2018. Perilaku Penemuan Informasi Berdasarkan Teori Wilson Di Perpustakaan Uin Sunan Kalijaga Pada Mahasiswa Pascasarjana Ilmu Perpustakaan Dan Informasi. *Nusantara Journal of Information and Library Studies*, Vol. 1, No. 2.
- [4] Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- [5] Burhanuddin, 2015. Pengaruh Media Sosial Twitter @Lowkerpku Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Bagi Followers. *Jom FISIP*, Vol. 2, No. 2.
- [6] Ghozali, I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [7] Ishak, 2006. Kebutuhan Informasi Mahasiswa Program Pendidikan Dokter Spesialis (PPDS) FK. UI dalam memenuhi Tugas Journal Reading. *Pustaka*, Vol. 2, No. 2.
- [8] Kriyantono, R. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- [9] Lievrouw, Leah dan Sonia Livingstone. 2006. *Handbook of New Media: Social Shapping and Social Consequence of ICTs*. London: Sage Publication.
- [10] McQuail. 2011. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta: Salemba Humanika.
- [11] Nasrullah, R. 2018. *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [12] McLeod. Raymond. Jr., and P. Schell, George. 2009. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- [13] Siregar, S. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- [14] Solis, Brian. 2010. *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- [15] Purnama, A. P, 2017. Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna Media Sosial (Studi Pada Akun AC Milan terhadap Komunitas Milanisti Indonesia Seizone Yogyakarta). Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.