

## **EFEKTIVITAS AKUN INSTAGRAM @HALOMADIUN TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI MASYARAKAT KECAMATAN PILANGKENCENG MADIUN**

**Emilia Nurcahyani<sup>1</sup>, Nunik Hariyani<sup>2</sup>, dan Veny Ari Sejati<sup>3</sup>**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Merdeka Madiun,  
Jl. Serayu No.79, Pandean, Kec. Taman, Kota Madiun, Jawa Timur 63133  
[emiliacahya12@gmail.com](mailto:emiliacahya12@gmail.com), [nunik@unmer-madiun.ac.id](mailto:nunik@unmer-madiun.ac.id), [sejativeny78@gmail.com](mailto:sejativeny78@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*This research focuses on whether the Instagram account @halomadiun can fulfill the information needs of the community in Pilangkenceng District, Madiun Regency quite effectively. This study aims to determine the effectiveness of Instagram account @halomadiun in meeting all the information needs of the people of Pilangkenceng District, Madiun Regency. Data were collected using quantitative methods using simple linear analysis. The results showed that the correlation coefficient ( $r$ ) was 0.981, with a coefficient of determination ( $r^2=R$ ) of 0.962361. As a result, the Instagram account @halomadiun succeeded in meeting the information needs of the people of Pilangkenceng District, Madiun Regency by 96.2%.*

**Keywords:** Instagram, @halomadiun, Information Needs

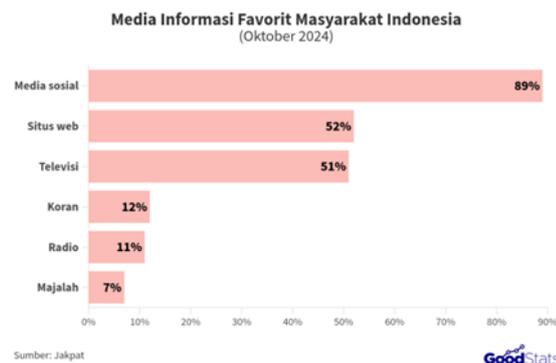
### **ABSTRAK**

Studi ini fokus pada apakah akun Instagram @halomadiun dapat memenuhi kebutuhan informasi masyarakat Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun dengan cukup efektif. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa jauh efektifitas akun Instagram @halomadiun dalam memenuhi segala kebutuhan informasi masyarakat Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun. Data dikumpulkan dengan metode kuantitatif menggunakan analisis linier sederhana. Didapatkan hasil bahwa nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,981, dengan nilai koefisien determinasi ( $r^2=R$ ) sebesar 0,962361. Hasilnya, akun Instagram @halomadiun berhasil memenuhi kebutuhan informasi masyarakat Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun sebesar 96,2%. **Kata Kunci:** Instagram, @halomadiun, Kebutuhan Informasi

### **PENDAHULUAN**

Mayoritas orang di dunia kehidupannya tidak dapat terpisahkan dari Internet. Perkembangan sebaran internet di dunia semakin luas dan digemari para penggunanya dari waktu ke waktu terutama satu dekade belakangan ini. Pada Oktober 2024 pengguna internet berkembang 2,8% dari tahun sebelumnya menjadi 5,52 miliar pengguna (Kirana, 2024). Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221,5 juta orang. Menurut

Digital Reportal 2024, 83,1% orang yang menjawab mengatakan mereka menggunakan internet untuk mencari informasi. Jumlah ini mencakup sebagian besar alasan lain mengapa orang menggunakan internet (Karyoko, 2024). Dengan kemajuan teknologi yang cepat, setiap orang dapat mengakses berbagai jenis informasi kapan saja dan dari mana saja. Ini dapat dicapai melalui perangkat seluler, komputer, atau media elektronik lainnya (Isweda, 2024).



*Sumber : Brilliant / Website Goodstats*

Gambar 1. Media Informasi Favorit Masyarakat Indonesia Tahun 2024

Media sosial adalah media informasi yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia, menurut survei Jakpat, yang diikuti oleh 89% responden. Media sosial memungkinkan orang berinteraksi dengan konten secara instan, baik melalui komentar, membagikan, atau mengikuti perkembangan terbaru secara real-time (Isweda, 2024).

Instagram menjadi platform media sosial dengan jumlah pengguna dan penggemar paling banyak di dunia. Indonesia sendiri masuk kedalam 10 negara dengan pengguna instagram terbanyak tahun 2023 (Arnavillia, 2023). Instagram sekarang tidak hanya untuk kepentingan pribadi, banyak pengguna yang memanfaatkan untuk membuat akun komunitas, perusahaan hingga media untuk menyebarkan informasi. Akun instagram @halomadiun menjadi salah satu akun media sosial di Indonesia yang sering digunakan oleh pengguna jejaring media sosial khususnya oleh masyarakat Kabupaten Madiun.



Sumber : Instagram @halomadiun

Gambar 2. Profil Instagram @halomadiun

Akun @halomadiun bergabung dengan Instagram pada Februari 2015 dengan pengikut terbarunya sebesar 65,1 ribu dan 7.354 kiriman (per tanggal 24 November 2024). Pembuatan akun @halomadiun sendiri memiliki tujuan untuk memberi informasi kepada masyarakat khususnya Kecamatan Pilangkenceng, Kabupaten Madiun. Kecamatan Pilangkenceng sendiri belum memiliki akun instagram yang efektif memberikan informasi kepada masyarakat sehingga memilih peneliti ini.

Melalui instagram *feed* atau instagram *story*, akun instagram @halomadiun menyediakan informasi yang beragam setiap harinya. Akun ini menyajikan beragam konten yang menarik dan menambah informasi seperti berita lokal kebijakan daerah, acara dan kegiatan festival, pameran dan kegiatan sosial, budaya dan tradisi, dan kampanye sosial. Dalam satu unggahan feed dijelaskan bahwa @halomadiun tidak menayangkan berita pencurian, pembunuhan, kecelakaan, pemerkosaan, dll karena @halomadiun hanya *citizen journalist* bukan *profesional journalist*.

Akun Instagram @halomadiun dapat dikatakan sebagai salah satu media layanan pengaduan masyarakat yang perlu disosialisasikan kepada pihak terkait. Layanan pengaduan tersebut dapat diakses menggunakan nomor whatsapp yang telah tersedia pada bio profil laman instagram tersebut (<https://www.instagram.com/halomadiun/>). Layanan tersebut berguna bagi masyarakat Kecamatan Pilangkenceng untuk menceritakan keluh kesahnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Zico Ahmadullah Tauhid pada tahun 2023 digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini, penelitian tersebut berjudul "Efektivitas

Akun Instagram @Aslisuroboyo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata Kuliner Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya". Berdasarkan hasil uji korelasi, diperoleh nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,779. Nilai ini kemudian digunakan untuk menghitung koefisien determinasi ( $r^2 = R$ ), yang menghasilkan angka  $0,779^2 = 0,606841$ . Dengan demikian, akun Instagram @aslisuroboyo memiliki efektivitas sebesar 60,68% dalam menyediakan informasi wisata kuliner bagi mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya (Tauhid, 2023).

Fokus penelitian ini adalah menguji efektivitas akun instagram @halomadiun terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Kecamatan Pilangkenceng, Kabupaten Madiun. Adapun urgensi penting dilakukannya penelitian ini, yaitu setelah melakukan pra-riset oleh peneliti pada akun instagram @halomadiun, menemukan bahwa akun ini sangat aktif membagikan konten setiap harinya. Dalam akun instagram @halomadiun seringkali membagikan postingan yang memuat informasi seputar Pilangkenceng. Informasi atau pesan yang disampaikan melalui konten instagram @halomadiun dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang berita lokal, tempat wisata dan kuliner, acara atau kegiatan yang ada serta mendorong masyarakat untuk terlibat dalam diskusi dan berbagi pendapat.

Sesuai dengan uraian fenomena diatas, peneliti berminat menindaklanjuti penelitian dengan melihat pemanfaatan media sosial instagram @halomadiun. Adanya target penelitian yang menjadi sasaran peneliti yaitu masyarakat Pilangkenceng. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan inovasi pada penelitian dengan judul "Efektivitas Akun Instagram @halomadiun terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun".

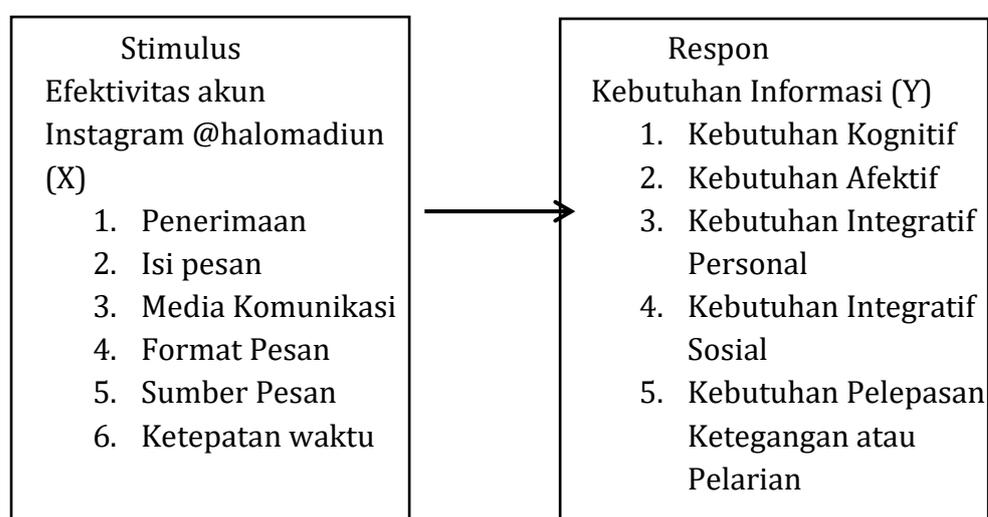
## **METODE PENELITIAN**

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data kuantitatif berupa angka. Tujuan dari analisis kuantitatif dan statistik data adalah sebagai acuan dalam menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2017) memaparkan bahwa pendekatan penelitian jenis kuantitatif beranjak pada filsafat positivisme, dimana proses penelitian tersebut dilakukan dengan mengumpulkan data sampel yang didapatkan dari populasi dengan menggunakan instrumen peneliti yang valid maupun

reliabel, kemudian harus diuji validitas dan reliabilitasnya untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan

Positivisme adalah paradigma penelitian para peneliti kuantitatif ini. Positivisme mempunyai pandangan bahwa realitas atau peristiwa itu dapat diklasifikasikan, kebanyakan tetap, tepat, teramati, dapat diukur, dan setiap peristiwa memiliki sebab-akibat. Populasi dan sampel yang dapat dijelaskan biasanya digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2013). Penelitian kuantitatif "Efektivitas Akun Instagram @halomadiun terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun" menggunakan paradigma ganda, yang berarti variabel dependen (X) berkorelasi dengan variabel independen (Y).

Bagan 1 Paradigma Penelitian



Sumber : Sugiyono, 2016

Dalam penelitiannya, skala likert dimanfaatkan oleh peneliti untuk membuat kuesioner. Skala likert digunakan dalam penelitian untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang bahkan kelompok terkait dengan fenomena sosial (Sugiyono, 2016). Selain itu, peneliti menggunakan ukuran data ordinal yang kemudian hasilnya akan dinaikan ke data interval dengan menggunakan metode *successive interval* sebelum dihitung menggunakan SPSS.

Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Pilangkenceng yang mengikuti akun Instagram @halomadiun, sedangkan untuk objeknya akun Instagram @halomadiun. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2025 dengan lokasi pada penelitian ini di Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun. Penelitian ini

menggunakan kuesioner atau angket yang terdiri dari daftar pertanyaan dan pernyataan yang dibuat melalui *goggleform* dan menyebar ke pengikut akun Instagram @halomadiun melalui *direct message* atau chat WhatsApp.

Sampel pada penelitian ini dipilih berdasarkan rumus Slovin dikarenakan peneliti tidak tahu berapa proporsi populasi yang ideal untuk mewakili kriteria pada sampel yang sudah ditentukan. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus solvin pada tanggal 24 November 2024, maka jumlah sampel yang didapatkan sebesar 99,98. Sampel tersebut kemudian dikenakan sehingga didapatkan hasil 100 responden yang digunakan pada penelitian ini. Data primer (langsung) dan data sekunder (pelengkap) digunakan pada penelitian ini. Data primer yang digunakan dikumpulkan melalui kuesioner yang telah disebarakan kepada masyarakat, sedangkan data sekunder didapatkan melalui pengamatan pada akun Instagram @halomadiun serta riset kepustakaan berupa buku, artikel, jurnal, makalah atau dokumen lainnya. Analisis koefisien korelasi digunakan peneliti untuk mengukur suatu nilai data yang memberikan penunjuk mengenai kekuatan serta arah hubungan antara variabel X dan variabel Y.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Peneliti akan menjelaskan temuan penelitian di bagian ini yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Temuan ini berguna untuk memberikan informasi yang relevan dengan informasi yang telah ada sebelumnya. Dalam proses analisis data, ditemukan bahwa responden perempuan lebih banyak dibandingkan responden laki-laki; responden perempuan berjumlah 74 orang, atau 76% dari total, sedangkan responden laki-laki berjumlah 26 orang, atau 26% dari total. Dari 100 responden yang berpartisipasi usia yang mendominasi adalah 22 tahun dengan persentase 31%. Mayoritas tingkat pendidikan responden adalah SMA/Sederajat dengan frekuensi 69 responden dengan persentase 689%.

Validitas kuesioner harus diuji. Jika hasil data dan instrumen penelitian sesuai, maka penelitian dianggap valid. Hal ini dapat dilakukan dengan mengkorelasikan nilai kuesioner untuk setiap item dengan nilai total. Parameter berikut digunakan untuk menyalakan setiap alat penelitian:

1. Instrumen penelitian termasuk kategori valid apabila nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dengan acuan signifikansi sebesar 5%.
2. Instrumen penelitian termasuk kategori tidak valid apabila nilai  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel dengan acuan signifikansi sebesar 5%.

Rumus Product Moment digunakan untuk melakukan pengujian dengan signifikansi 5%; hasilnya akan didukung oleh program SPSS versi 30.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Item	$r$ hitung	$r$ tabel	Keterangan
1.	0,534	0,197	Valid
2.	0,369	0,197	Valid
3.	0,651	0,197	Valid
4.	0,474	0,197	Valid
5.	0,571	0,197	Valid
6.	0,332	0,197	Valid
7.	0,262	0,197	Valid
8.	0,326	0,197	Valid
9.	0,559	0,197	Valid
10.	0,397	0,197	Valid
11.	0,310	0,197	Valid
12.	0,471	0,197	Valid
13.	0,492	0,197	Valid
14.	0,354	0,197	Valid
15.	0,335	0,197	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Dengan mempertimbangkan hasil uji validitas sebelumnya, pernyataan "Informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @halomadiun lebih cepat dan efektif dibandingkan dengan media informasi lainnya (seperti pamflet atau pengumuman di balai desa)." mendapat nilai  $r$ -hitung tertinggi pada item 3 sebesar 0,651. Sedangkan pernyataan "Akun Instagram @halomadiun selalu menyertakan data atau fakta

pendukung dalam setiap konten beritanya” mendapat nilai r-hitung terendah pada item 7 sebesar 0,262.

Peneliti menggunakan metode Alfa-Cronbach dan SPSS 30 untuk menguji realibilitas instrumen. Instrumen penelitian termasuk kategori reliabel jika nilai ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,60. Tabel hasil uji realibilitas di bawah menunjukkan bahwa alat penelitian ini termasuk dalam kategori yang reliabel dengan derajat sangat tinggi, dengan nilai cronbac's alpha senilai 0,626.

Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,626	16

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Penelitian ini menggunakan model uji normalitas Kolmogoro-Smirnov dari Ezact Test Monte Carlo, yang dibantu dengan program SPSS 30. Pernyataan berikut digunakan sebagai dasar untuk analisis ini:

1. Distribusi data dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dianggap normal.
2. Distribusi data dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 dianggap tidak normal.

Tabel 3. Uji Normalitas

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a, b</sup>	Mean	.1545947
	Std. Deviation	.81123576
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.067
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c, d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Tabel hasil uji normalitas tersebut menjadi penunjuk bahwa nilai signifikansi untuk efektivitas akun Instagram @halomadiun adalah 0,200. Karena data memenuhi syarat untuk uji normalitas, yaitu memiliki nilai signifikansi di atas 0,05, maka data dianggap berdistribusi normal. Uji linieritas dan analisis data akan dilakukan setelah itu.

Untuk menentukan tidaknya hubungan antara hubungan bebas dan hubungan terikat, uji linearitas diperlukan. Uji linieritas menunjukkan bahwa jika data hasil perhitungan lebih besar dari 0,05, dua variabel ditampilkan memiliki hubungan linier. Kebutuhan berikut dipenuhi:

1. Hubungan dianggap linier jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05;
2. Hubungan tidak dianggap linier jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05.

Tabel 4. Uji Linearitas

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
SUM_Y * SUM_X	Between Groups	(Combined)	293.753	8	36.719	332.914	.000
		Linearity	292.290	1	292.290	2650.046	.000
		Deviation from Linearity	1.463	7	.209	1.895	.079
	Within Groups		10.037	91	.110		
	Total		303.790	99			

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Tabel hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan variabel efektivitas akun Instagram @halomadiun (X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun bersifat linear, dengan nilai signifikansi 0,079 sehingga lebih besar dari 0,05.

Tabel 5. Uji Correlation

		SUM_X	SUM_Y
SUM_X	Pearson Correlation	1	.981**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
SUM_Y	Pearson Correlation	.981**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Nilai koefisien kolerasi sebesar 0,981 menunjukkan tingkat hubungan yang kuat dan bernilai positif. Selanjutnya, nilai koefisien korelasi, atau nilai r, akan digunakan

untuk menghitung nilai koefisien determinasi, yaitu  $0,9812 = 0,962361$ . Akibatnya, akun Instagram @halomadiun memenuhi 96,2% kebutuhan informasi masyarakat Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun.

Product moment digunakan sebagai pedoman dalam penelitian ini dengan nilai R yang dihasilkan untuk 100 responden mencapai angka sebesar 0,981 diikuti nilai signifikansi 5% yang mencapai angka sebesar 0,197. Pedoman tersebut digunakan sebagai acuan dalam menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis yang telah dibuat pada penelitian ini. Hasil menunjukkan bahwa hipotesis kerja ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak; nilai koefisien korelasi dari seratus responden lebih besar dari nilai R tabel. Melalui hasil tersebut, kesimpulan yang dapat diambil yaitu akun Instagram @halomadiun berfungsi dengan baik untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.

### **Pembahasan**

Peneliti dalam melakukan tahapan pengumpulan data memanfaatkan Google Forms untuk mengirimkan kuesioner kepada sejumlah 100 peserta dengan analisisnya menggunakan aplikasi SPSS 30. Hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa hipotesis nol ( $H_0$ ) yang dibuat sebelumnya ditolak sedangkan hipotesis  $H_a$  diterima. Menurut penelitian, Instagram dengan akun @halomadiun berfungsi dengan baik untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun. Peneliti kemudian melakukan uji korelasi. Hasilnya menunjukkan bahwa koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,981. Hasil penelitian memaparkan bahwa kedua variabel baik variabel X maupun variabel Y memiliki korelasi yang sangat kuat antar satu sama lain. Akibatnya, akun Instagram @halomadiun membantu masyarakat Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun.

Dengan nilai koefisien determinasi  $0,962361 = 96,2\%$ , hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @halomadiun (X) memberikan kontribusi yang signifikan untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun (Y). Jika penelitian ini dilanjutkan, hasilnya akan berkaitan dengan teori penggunaan dan kompensasi. Menurut **(Effendy, 2000)**, penggunaan platform media sosial oleh khalayak sasaran dan pengguna media sosial dilakukan secara sadar untuk mencapai tujuan mereka. Di antara tujuan tersebut adalah:

1. *Cognitive needs* atau Kebutuhan kognitif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @halomadiun sangat bermanfaat bagi masyarakat Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun karena telah memenuhi kebutuhan informasi mereka.

2. *Affective needs* atau Kebutuhan afektif

Studi tersebut menemukan bahwa Instagram dengan nama akun @halomadiun memiliki fitur unik yang memberikan banyak pilihan hiburan kepada khalayak, terutama kepada penduduk Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun.

3. *Personal integrative needs* atau Kebutuhan integrasi pribadi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa khalayak, khususnya 100 masyarakat Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun, memilih untuk mengikuti akun Instagram @halomadiun karena postingannya mudah dipahami dan memiliki hiburan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka.

4. *Social integrative needs* atau Kebutuhan integrasi sosial

Studi ini menemukan bahwa postingan informasi pada akun @halomadiun dapat membuat orang berbicara tentang hal itu. Khalayak, terutama masyarakat Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun, memiliki akun Instagram bernama @halomadiun yang dapat dimanfaatkan oleh orang lain untuk mendapatkan informasi tentang Madiun.

5. *Escapist needs* atau Kebutuhan pelarian

Studi menunjukkan bahwa orang-orang di Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun menggunakan waktu senggang mereka untuk mengetahui tentang Madiun dan menghilangkan kepenatan dengan mengikuti akun Instagram @halomadiun.

Menurut penelitian ini, akun Instagram @halomadiun dapat membantu masyarakat Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun mendapatkan informasi. Teori kegunaan dan kepuasan dibuat oleh Katz et al., (1974), yang menjelaskan bagaimana masyarakat membutuhkan media massa untuk memenuhi keinginannya. Khalayak membuat keputusan tentang media mana yang dapat diandalkan. Khalayak juga dapat memilih langsung informasi yang mereka butuhkan (Sofian & Elly, 2022).

Konten Instagram akun @halomadiun yang berisi informasi tentang Madiun diimplementasikan berdasarkan teori uses and gratifications pada penelitian ini, dengan tujuan menyebarkan informasi untuk memenuhi kebutuhan. Akibatnya, 100 orang dari

masyarakat Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun memilih untuk mengikuti akun tersebut untuk memenuhi kebutuhan mereka.

## KESIMPULAN

Penelitian dengan judul "Efektivitas Akun Instagram @halomadiun terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun" menghasilkan beberapa kesimpulan. Yang pertama hasil penelitian mengenai koefisien korelasi didapatkan hasil bahwa nilai  $r$  hitung mencapai angka 0,981. Nilai koefisien korelasi berikut dibandingkan dengan tabel signifikansi sepuluh persen pada seratus peserta untuk menguji hipotesis yang telah dibuat. Hasil menunjukkan bahwa  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, yaitu 0,981 dibandingkan 0,195. Dengan demikian, hipotesis kerja ( $H_a$ ) diakui dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Hasilnya, akun Instagram @halomadiun berhasil memenuhi kebutuhan masyarakat Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun untuk mendapatkan informasi.

Koefisien korelasi, atau nilai  $r$ , adalah 0,981. Jadi, ada hubungan linier positif antara variabel efektivitas akun Instagram @halomadiun ( $X$ ) dan variabel pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun ( $Y$ ) dalam penelitian ini. Ada juga tingkat korelasi yang sangat tinggi. Koefisien determinasi penelitian ditemukan sebesar  $r^2 = R$ , yang berarti  $0,9812 = 0,962361$  (96,2%). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa konten di akun Instagram @halomadiun memiliki tingkat efektivitas 96,2% untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat Kecamatan Pilangkenceng Kabupaten Madiun, dan faktor lain mempengaruhi.

## DAFTAR PUSTAKA

Armavillia, K. E. (2023, July 10). *10 Negara Dengan Pengguna Instagram Terbanyak 2023*. <https://data.goodstats.id/statistic/10-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-2023-URmtS>

Effendy, O. (2000). *Lmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Rosdakarya.

Isweda, B. A. (2024, Oktober). *Media Sosial Jadi Media Informasi Utama Masyarakat Indonesia*. <https://goodstats.id/article/media-sosial-menjadi-media-informasi-utama-masyarakat-indonesia-Yevme>

Karyoko, D. (2024, Oktober). *Peluang Pemerataan Akses Internet di Indonesia Tahun 2024*. <https://data.goodstats.id/statistic/peluang-pemerataan-akses-internet-di-indonesia-tahun-2024-YrQct>

- Katz, E., Blumler, . G, & Gurevitch, J. (1974). *Utilization of Mass Communication by the Individual*. Sage Publications.
- Kirana, L. I. (2024, November 8). *Simak Perkembangan Pengguna Internet Dunia Selama 10 Tahun Terakhir*. <https://goodstats.id/article/simak-perkembangan-pengguna-internet-dunia-selama-10-tahun-terakhir-GcIqd>
- Sofian, & Elly, Y. (2022). "Pengaruh Penggunaan Instagram @Kemenparekraf.ri terhadap Tingkat Pemahaman Isi Pesan dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Masa Pandemi Covid 19". *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2, no. 2,.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabet.
- Tauhid, Z. A. (2023). *Efektivitas Akun Instagram @Aslisuroboyo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata Kuliner Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*. Digital Library UIN Sunan Ampel Surabaya.