



PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @Najwashihab TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS

Samuel Dionisius¹, Sigit Pramono Hadi²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, STIKOM InterStudi
Jl. Wijaya II No. 62 Kebayoran Baru, Jakarta Selatan 12160
Samueldionisius32@gmail.com

²Program Studi Ilmu Komunikasi, STIKOM InterStudi
Jl. Wijaya II No. 62 Kebayoran Baru, Jakarta Selatan 12160
Sigitvt35@gmail.com

Abstract (English)

The rapid development of social media has positioned Instagram as a major source of information fulfillment for the public. The Instagram account @najwashihab is widely recognized for delivering informative content related to social, political, and cultural issues. This study aims to examine the influence of @najwashihab's Instagram content on the fulfillment of followers' information needs. This research employed a quantitative approach using a survey method. The population consisted of followers of the @najwashihab Instagram account, with a sample of 100 respondents determined using the Slovin formula and convenience sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using validity and reliability tests, simple linear regression, and hypothesis testing with SPSS. The results indicate that the content of @najwashihab's Instagram account has a significant effect on fulfilling followers' information needs. The content is perceived as valuable, relevant, and consistent, enabling it to meet various types of information needs, including current, routine, in-depth, and brief information. These findings highlight Instagram's role as an effective information medium and emphasize the importance of content quality in fulfilling audience information needs.

Article History

Submitted: 7 December 2025
Accepted: 14 December 2025
Published: 15 December 2025

Key Words

Instagram, social media content, information needs, followers, uses and gratifications

Abstrak (Indonesia)

Perkembangan media sosial menjadikan Instagram sebagai salah satu sumber utama pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat. Akun Instagram @najwashihab dikenal sebagai akun yang aktif menyajikan konten informatif terkait isu sosial, politik, dan kebudayaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten Instagram @najwashihab terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikutnya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah pengikut akun Instagram @najwashihab dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dan teknik convenience sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, regresi linier sederhana, serta uji hipotesis dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten Instagram @najwashihab berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Konten yang disajikan dinilai bernilai, relevan, dan konsisten, sehingga mampu memenuhi kebutuhan informasi pengikut baik yang bersifat aktual, rutin, mendalam, maupun informasi singkat. Temuan ini menegaskan peran Instagram sebagai media informasi yang efektif serta pentingnya kualitas konten dalam memenuhi kebutuhan informasi audiens.

Sejarah Artikel

Submitted: 7 December 2025
Accepted: 14 December 2025
Published: 15 December 2025

Kata Kunci

Instagram, konten media sosial, kebutuhan informasi, followers, uses and gratifications

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menghadirkan media baru sebagai hasil inovasi teknologi. Kemampuan media yang dilengkapi dukungan perangkat digital adalah





konsep yang menjelaskan media baru. Masyarakat saat ini dapat mengakses informasi yang dibutuhkan kapanpun dan dimanapun dengan mudah. Siapapun dapat berkontribusi secara kreatif, aktif dan interaktif terhadap pesan yang diterima maupun umpan balik yang diberikan. Kehadiran media baru dengan segala kemudahan yang dimilikinya membuatnya populer di masyarakat. Seiring berjalannya waktu, berkembang pula macam-macam yang ada di internet hingga munculnya sosial media. Sosial media ialah media yang dipakai oleh pribadi supaya jadi sosial, atau jadi sosial secara daring dengan share isi, informasi, photo dan sebagainya sama orang lain (BICHI, 2019).

Dalam Penggunaan media sosial memiliki fungsi yang bukan hanya sekedar mempermudah pengguna nya untuk berinteraksi, tapi saat ini media sosial juga memiliki peran yang berfungsi sebagai wadah untuk mencari informasi dalam segala bidang. Dengan segala kemudahannya serta fitur yang diberikan media sosial ini sangat efektif bagi pengguna dalam mencari informasi sebagai pemuas kebutuhannya. Media sosial merupakan salah satu media yang dimana banyaknya terjadi interaksi sosial, yaitu rangkaian terus menerus tiada henti dibalik komunikasi sosial (Sanida and Prasetyawati, 2023).

Berdasarkan laporan *We Are Social*, jumlah pengguna Instagram global mencapai 1,63 miliar per April 2023. Jumlah tersebut meningkat 12,2% dibandingkan periode sama tahun sebelumnya. Sementara jumlah pengguna Instagram di Indonesia telah mencapai 106 juta orang per April 2023 (Annur, 2023).

Media sosial juga menawarkan cara yang lebih cepat untuk publik berpartisipasi dalam pertukaran informasi melalui internet. semakin meningkatnya pertumbuhan penggunaan media sosial di indonesia, maka ini menjadi kesempatan baik bagi pihak media untuk ikut terjun dalam media sosial sebagai media penyedia informasi. Dengan kemudahan yang disediakan Instagram bagi para pengguna dalam menyebarkan sebuah informasi kepada pengguna lainnya, Seperti akun Instagram @najwashihab. Dimana kini kebutuhan manusia yang kaya akan sebuah informasi, sehingga media sosial kini dapat memenuhi berbagai macam jenis kebutuhan informasi. Akun Instagram @najwashihab juga merupakan salah satu akun media informasi yang paling aktif dalam menyebarkan informasi *up to date* disetiap harinya.

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Seberapa besar pengaruh konten Instagram @najwashihab terhadap pemenuhan kebutuhan informasi?” Selanjutnya berdasarkan ulasan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dan besarnya pengaruh konten Instagram @najwashihab terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

TINJAUAN LITERATUR

Media Sosial

Media sosial merupakan *platform* yang seringkali digunakan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Terutama karena penyebaran informasi melalui media sosial terbilang cepat dan instan dengan adanya teknologi internet yang semakin terjangkau. Banyaknya kebutuhan dan kegunaan media sosial dapat dirangkai ataupun disesuaikan dengan pengguna itu sendiri. Ini mengapa media sosial menjadi salah satu *platform* atau media teknologi utama yang digunakan untuk berkomunikasi ataupun berinteraksi sebagai kebutuhan hidup makhluk sosial. Menurut Chris Heuer dalam penggunaan media sosial terdapat komponen 4C diantaranya:

1. *Context* ialah bagaimana membentuk atau membingkai pesan atau cerita.
2. *Communication* ialah kegiatan membagikan suatu cerita dan aktivitas interaktif termasuk mendengarkan, menanggapi, dan berkembang.



3. *Collaboration* ialah fasilitasi dan agregasi atau pengumpulan tindakan hasil kolektif melalui interaksi atau percakapan (*conversation*), kreasi kerjasama (*co-creation*) dan aksi kolektif (*collective*).
4. *Connection* ialah menjaga hubungan yang kita bina dan jaga secara berkelanjutan untuk membuat pengguna media merasa lebih dekat dengan sebuah media (Sutrisno and Mayangsari, 2022).

Instagram

Instagram berasal dari kata “Instan” dan “Gram”, instan berarti mampu menampilkan foto secara mudah dan “instan” dengan tampilan yang hampir mirip dengan polaroid sehingga menjadikan instagram sangat menarik bagi para penggunanya sedangkan “gram” berarti cara kerja dari media sosial Instagram yang dapat membagikan informasi secara cepat. Instagram merupakan media sosial yang digunakan oleh para penggunanya sebagai media sosial dengan fungsi membagikan informasi berupa gambar, foto, video dan *caption* menurut Atmoko, 2012:28 dalam (Sutrisno and Mayangsari, 2022).

1. Gambar menurut Delun gambar adalah lukisan atau karya seni yang dibuat di secara manual oleh manusia atau dibuat secara digital oleh komputer.
2. Foto menurut Delun foto adalah gambar dari suatu objek, orang, pemandangan, atau apa pun yang diambil dengan kamera baik kamera digital maupun analog, atau mesin fotokopi.
3. Video menurut Arsyad menyatakan bahwa video merupakan kumpulan gambar dalam frame, di mana frame dengan frame lainnya diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup.
4. *Caption* menurut Hasanah *caption* merupakan kumpulan kalimat yang mendukung atau menjelaskan gambar, foto atau video yang diunggah ke media sosial khususnya pada media sosial Instagram, berisikan kalimat yang sesuai dengan keinginan pengunggah, berfungsi untuk menggambarkan perasaan atau keinginan bahkan maksud dari gambar, foto atau video yang diunggah. Menurut (Sutrisno and Mayangsari, 2022).

Konten

Menurut Simarmata konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan dan lain-lain. Artinya, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik. menurut buku “*The Social Guru A Practical Guide For Small Businesses*” konten harus memiliki *Valuable, Relevant, Consistent* dimana *Valuable* adalah konten yang berharga ataupun berkualitas karena berguna untuk target audiens, informatif, menghibur, menarik bahkan menginspirasi. *Relevant* pesan yang diberikan relevan terkait produk dan juga mempunyai makna dari setiap pesan yang disampaikan. Konten dalam hal ini merupakan informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik., *Consistent* adalah sikap dan perbuatan yang selalu berpegang teguh pada kemampuan dirinya sendiri. Konsisten itu tetap, selaras, dan sesuai. Menurut Buku *The Social Guru A Practical Guide For Small Businesses* dalam (Nurhandayani, 2021).

Teori Uses and Gratification

Teori Uses and Gratifications (Kebutuhan dan Kepuasan) pada awalnya muncul karena adanya kritikan terhadap teori *Bullet* yang dikembangkan oleh Wilbur Schramm pada tahun 1930-an. Sebelumnya, teori *bullet* menyatakan bahwa khalayak media dianggap sebagai khalayak pasif yang mudah dipengaruhi oleh media. Oleh karena itu munculah teori ini yang menyatakan jika khalayak media dipandang sebagai khalayak aktif dimana mereka



menggunakan media dikarenakan kebutuhan akan informasi, pendidikan dan hiburan. Teori ini menjadikan komunikasi (Khalayak Media) sebagai fokus utamanya bukan komunikator (Media).

Ada beberapa jenis kebutuhan informasi menurut Guha (1978:40) 1. *Current need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir). 2. *Everyday need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin). 3. *Exhaustic need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam). 4. *Catching-up need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas). (Child and Haridakis, 2018).

Kebutuhan Informasi

Ketika mahasiswa membutuhkan informasi, hal ini bertujuan untuk mendukung segala kebutuhan mereka agar mereka dapat beraktivitas dengan lebih terarah. Setiap individu, termasuk mahasiswa, memiliki kebutuhan informasi yang beragam. Faktor-faktor seperti minat, tingkat pengetahuan, lingkungan, dan faktor lainnya memengaruhi perbedaan kebutuhan tersebut. Kebutuhan informasi merujuk pada informasi yang diperlukan oleh seseorang guna mencapai atau memenuhi sebuah tujuan. Kebutuhan ini sangat dipengaruhi oleh faktor fisiologis, situasional, dan juga kognitif individu tersebut (Bukhori and Salim, 2018).

Ada beberapa jenis yang mempengaruhi kebutuhan menurut Guha (1978:40)

1. *Current need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir). Adalah sebuah proses pendekatan untuk sebuah kebutuhan pengguna informasi bersifat mutakhir yang mana memiliki tujuan teruntuk meningkatkan sebuah pengetahuan. Selain itu antara pengguna dan sistem informasi sangat memerlukan pola interaksi yang bersifat konsisten.

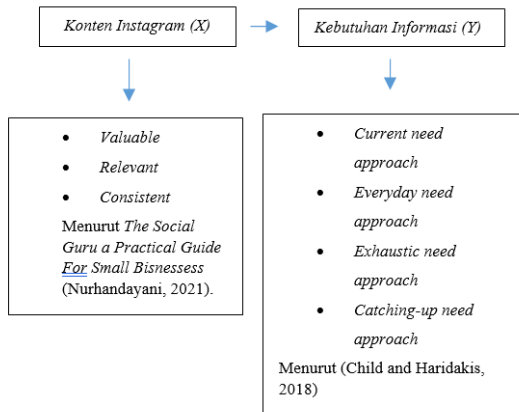
2. *Everyday need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin). Adalah sebuah proses pendekatan yang melibatkan mengenai kebutuhan pengguna dengan ciri sifatnya yang cepat dan spesifik. Selain itu pola informasi yang diperlukan oleh penggunanya ialah informasi yang bersifat rutin ditemui penggunaannya.

3. *Exhaustic need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam). Adalah pendekatan terhadap kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam. Pengguna informasi mempunyai ketergantungan yang tinggi pada informasi yang dibutuhkan dan relevan, spesifik, dan lengkap.

4. *Catching-up need approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas). Adalah pendekatan terhadap pengguna akan informasi yang ringkas. Tetapi juga lengkap khususnya mengenai perkembangan terakhir suatu subjek yang diperlukan dan hal – hal yang sifatnya relevan (Child and Haridakis, 2018).



Kerangka Pemikiran



H0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan konten Instagram (X) @Najwashihab terhadap kebutuhan informasi (Y).

Ha = Terdapat pengaruh yang signifikan konten Instagram (X) @Najwashihab terhadap kebutuhan informasi (Y).

Terkumpul oleh suatu objek atau subjek memiliki kualitas dan karakteristik pada penelitian yang telah ditetapkan dengan peneliti untuk dapat mempelajari atau ditarik kesimpulannya. Penelitian ini dengan populasi yang difokuskan kepada *followers* pengguna media sosial Instagram @Najwashihab sebagai *platform* media dalam mencari suatu informasi yang mereka butuhkan seperti berita, politik, seni, olahraga. Populasi dalam penelitian ini yaitu *followers* dari akun instagram @Najwashihab yang per tanggal 13 Juni 2023 pukul 16:40 WIB telah mencapai 23,5 Juta *followers*.

METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dan paradigma positivis dalamnya. Penelitian kuantitatif adalah suatu bentuk penelitian yang dilakukan dengan tujuan menggambarkan dan menjelaskan suatu masalah dan mencari hasil yang bisa diberlakukan secara umum (Sanida and Prasetyawati, 2023).

Populasi

Menurut Sugiyono dan Lestari Populasi merupakan pada bagian wilayah generalisasi yang ada dan lengkap dengan informasi yang dibutuhkan (Sanida and Prasetyawati, 2023). Berdasarkan penjelasan diatas, populasi dari penelitian ini adalah *followers* dari @Najwashihab yang berjumlah 23,5 juta *followers*.

Sampel

Peneliti memilih untuk menggunakan rumus slovin dalam menghitung jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini, karena sudah diketahui jumlah populasi yang diperlukan untuk sampel.

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

Keterangan:

n: Jumlah sampel

N: Jumlah populasi

e: Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel (*sampling error*) biasanya 10%.





$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

$$n = 23.500.000 / (1 + (23.500.000 \times 10 \%^2))$$

$$n = 23.500.000 / (1 + (23.500.000 \times 0.1^2))$$

$$n = 23.500.000 / (1 + (23.500.000 \times 0.01))$$

$$n = 23.500.000 / (1 + 2.350.000)$$

$$n = 23.500.000 / 2.350.001$$

Jumlah Sampel = 99,99

Maka dari itu diterapkan dalam rumus Slovin, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 99,99 dibulatkan menjadi 100 responden.

Maka dari itu kriteria sampel dari penelitian ini adalah :

1. Pengguna aktif media sosial Instagram.
2. Mengikuti akun Instagram @najwashihab

Teknik Sample

Teknik Sampling pada penelitian ini menggunakan *non probability* dengan metode *convenience sampling* Sugiyono, 2012 dalam (Yunus *et al.*, 2021). *convenience sampling* merupakan metode penentuan sampel dengan memilih sampel secara bebas sekehendak peneliti Menurut Sugiyono (2015) dalam (Sugiarto, 2017).

Pada penelitian ini, peneliti mendapatkan 100 sample yang akan menjadi data primer dengan cara menyebarkan kuesioner melalui fitur *direct message* media sosial Instagram secara daring kepada *followers* atau pengikut akun Instagram @najwashihab yang merupakan anggota sampel dengan karakteristik yang sama yaitu pengguna Instagram, mengetahui akun Instagram @najwashihab dan mem-*follow* akun Instagram @najwashihab.

Uji Validitas

Validitas berarti suatu ukuran dengan tingkat keakuratan suatu pengukur dalam membuktikan fungsi yang seharusnya.

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

r_{xy} = Koefisien korelasi

- n = Banyaknya sampel
- $\sum XY$ = Jumlah perkalian variabel x dan y
- $\sum X$ = Jumlah nilai variabel x
- $\sum Y$ = Jumlah nilai variabel y
- $\sum X^2$ = Jumlah pangkat dari nilai variabel x
- $\sum Y^2$ = Jumlah pangkat dari nilai variabel y

Uji validitas adalah bagian dari uji untuk mengukur apakah butir kuisisioner dari tiap variabel sudah valid atau belum. Butir kuisisioner dinyatakan valid jika r hitung lebih besar dari r table. Sebelumnya dalam uji validitas ini akan memulai dengan mencari nilai r hitung, dengan cara sebagai berikut

$$d(f) = n - 2$$

$$d(f) = 100 - 2$$

$$d(f) = 98$$

Keterangan : d(f) = degree of freedom (r tabel) n = jumlah responden (A.Gide, 2013).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan berapa banyak hasil pengukuran yang tepat dihasilkan menggunakan metode yang sama menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2013).





$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

R11 = Reliabilitas yang dicari

N = Jumlah item pertanyaan yang di uji

Σat2 = Jumlah varians skor tiap item

at2 = Varian total

Pengukuran reliabilitas dalam peneliti ini dilakukan dengan cara pengukuran sekali saja. Pengukuran hanya dilakukan sekali dan kemudian hasilnya akan dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pernyataan. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai Cronbach’s Alpha > 0.6. (Purnawijaya, 2019)

Uji Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan kedalam dua bentuk yaitu:

1. Hipotesis Nol (Ho)

Tidak terdapat pengaruh yang signifikan konten Instagram (X) @Najwashihab terhadap kebutuhan informasi (Y).

2. Hipotesis Alternatif (Ha)

“Terdapat pengaruh yang signifikan konten Instagram (X) @Najwashihab terhadap kebutuhan informasi (Y).

Dalam penelitian kali ini, penguji menggunakan SPSS untuk mendapatkan hasil uji hipotesis dan dapat terima H0 bila tidak terdapat pengaruh signifikan konten Instagram @najwashihab terhadap kebutuhan informasi.

Uji Regresi Linier Sederhadana

Regresi linier sederhana adalah proses dalam sebuah model dimana setiap peluang haruslah sama dengan hubungan lurus antara kedua variabel dimana setiap variable dapat saling mempengaruhi dengan variabel bebas (independent) dan variabel terkait (dependent)(Sugiyono, 2013).

Berikut merupakan persamaan regresi linear sederhana :Y = a + bX

Y : Kebutuhan Informasi

a : Konstanta

b : Koefisien Variabel x

X : Konten

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden pengikut akun Instagram @najwashihab, diperoleh gambaran bahwa konten yang disajikan oleh akun tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel konten Instagram dan kebutuhan informasi dinyatakan valid dan reliabel, sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Analisis regresi linier sederhana menunjukkan adanya hubungan positif antara konten Instagram @najwashihab dengan pemenuhan kebutuhan informasi followers. Nilai signifikansi yang diperoleh berada di bawah taraf signifikansi 0,05, yang menandakan bahwa hipotesis penelitian diterima. Artinya, semakin baik kualitas konten yang disajikan, maka semakin tinggi pula tingkat pemenuhan kebutuhan informasi pengikut akun tersebut.





Secara deskriptif, responden menilai bahwa konten @najwashihab bersifat informatif, aktual, kredibel, dan relevan dengan isu sosial yang sedang berkembang. Konten tidak hanya memberikan informasi singkat, tetapi juga menghadirkan penjelasan yang mendalam dan berbasis data, sehingga mampu memenuhi kebutuhan informasi followers baik yang bersifat aktual, rutin, maupun mendalam.

Table Operasional Konsep

Varibel	Dimensi	Indikator
Konten Instagram Menurut Buku <i>The Social Guru A Practical Guide For Small Businesses</i> dalam (Nurhandayani, 2021).	<i>Valuable</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Upload Foto • Upload Video • Caption yang informatif
	<i>Relevant</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Target khayalak menyukai postingan • Target khayalak mengomentari postingan • Relevansi informasi yang dapat dipercaya, aktual, informatif dan menarik • Instagram story berkaitan dengan informasi akun dan pengguna
	<i>Consistent</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Postingan foto yang berkala • Feed konten bertambah dan adanya kesan keestetikaan
Kebutuhan Informasi Followers (Child and Haridakis, 2018).	<i>Current need approach</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Saya mendapatkan informasi - informasi atau berita terupdate • Saya sering mendapatkan informasi
	<i>Everyday need approach</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Setiap hari Saya mendapatkan informasi dari akun instagram dengan cepat. • Setiap hari saya mendapatkan informasi yang detail informasi dari akun Instagram.
	<i>Exhaustic need approach</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Bahasa yang digunakan oleh akun instagram sangat mudah dimengerti sehingga informasinya dapat diterima dengan jelas. • Saya mendapatkan informasi, isu, topik, serta peristiwa terkini yang dikupas tuntas pada penjelasan caption postingan akun instagram
	<i>Catching-up need approach</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Saya mendapatkan informasi-informasi berupa pengaduan, pencarian, promosi kegiatan, promosi produk & jasa, dan lain-lain pada story akun Instagram. • Saya tetap mengerti dan paham dengan informasi singkat yang diberikan akun instagram baik pada story, feed (Gambar & Caption), dan IGTV.





Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten Instagram @najwashihab memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan informasi followers. Temuan ini sejalan dengan teori *Uses and Gratifications* yang menyatakan bahwa individu secara aktif memilih media tertentu untuk memenuhi kebutuhan spesifik, termasuk kebutuhan informasi. Followers akun @najwashihab tidak hanya berperan sebagai penerima pasif, tetapi secara sadar memanfaatkan konten yang tersedia untuk memperoleh pemahaman terhadap isu sosial, politik, dan kebudayaan.

Konten yang disajikan oleh @najwashihab dinilai memiliki nilai informatif yang tinggi karena disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami, dikemas secara visual menarik, serta didukung oleh kredibilitas figur publik Najwa Shihab sebagai jurnalis. Kredibilitas sumber ini memperkuat kepercayaan followers terhadap informasi yang diterima, sehingga kebutuhan informasi mereka dapat terpenuhi secara optimal. Hal ini selaras dengan pandangan bahwa kualitas dan kepercayaan terhadap sumber informasi merupakan faktor penting dalam proses pemenuhan kebutuhan informasi audiens.

Selain itu, konsistensi penyajian konten dan keberagaman topik yang diangkat turut memengaruhi tingkat kepuasan informasi followers. Informasi yang disampaikan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga reflektif dan kritis, sehingga mendorong followers untuk memahami isu secara lebih mendalam. Dengan demikian, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai media edukasi dan literasi publik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa konten Instagram @najwashihab berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Kualitas konten yang informatif, relevan, dan kredibel menjadi faktor utama yang mendorong followers untuk menjadikan akun tersebut sebagai sumber informasi.

Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial, khususnya Instagram, dapat berfungsi sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi yang efektif apabila dikelola dengan baik dan bertanggung jawab. Akun Instagram @najwashihab mampu memenuhi berbagai jenis kebutuhan informasi followers, mulai dari informasi aktual, rutin, hingga informasi mendalam terkait isu-isu sosial.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi akademik dalam memperkaya kajian komunikasi massa dan media digital, serta memberikan implikasi praktis bagi pengelola akun media sosial agar lebih memperhatikan kualitas konten sebagai upaya memenuhi kebutuhan informasi audiens.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Gide (2013) 'BAB IV HASIL dan PEMBAHASAN', *Angew. Chemie Int. Ed.* 6(11), pp. 33–43.
- Annur, C.M. (2023) *Pengguna Instagram RI Tembus 100 Juta Orang per April 2023, Terbanyak ke-4 di Dunia, 26-09-2023*. Available at: [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/26/pengguna-instagram-ri-tembus-100-juta-orang-per-april-2023-terbanyak-ke-4-di-dunia#:~:text=Berdasarkan laporan We Are Social,juta orang per April 2023. \(Accessed: 14 November 2023\).](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/26/pengguna-instagram-ri-tembus-100-juta-orang-per-april-2023-terbanyak-ke-4-di-dunia#:~:text=Berdasarkan laporan We Are Social,juta orang per April 2023. (Accessed: 14 November 2023).)
- BICHI, I.A. (2019) 'Attitude of Librarians toward Use of Social Networking Sites for Library Services Delivery in Selected Federal Universities in Nigeria', *MiddleBelt Journal of Library and Information Science*, 17(2018), pp. 68–80. Available at:





<http://mbjlisonline.org/index.php/jlis/article/view/18%0Ahttps://mbjlisonline.org/index.php/jlis/article/download/18/23>.

- Bukhori, F. and Salim, T.A. (2018) 'Kebutuhan dan Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa JIP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta', *Seminar Nasional Prodi Ilmu Perpustakaan UM: Literasi Digital dari Pustakawan untuk Merawat Kebhinekaan*, pp. 117–126.
- Child, J.T. and Haridakis, P. (2018) 'Uses and Gratifications Theory', *Engaging Theories in Family Communication*, pp. 337–348. Available at: <https://doi.org/10.4324/9781315204321-30>.
- Nurhandayani, F. (2021) 'Pengaruh Efikasi Diri Dan Konten Instagram Terhadap Minat Mengakses Portal Rumah Belajar Kemdikbud', *Jurnal Teknologi Informasi & Komunikasi Dalam Pendidikan*, 8(1), p. 32. Available at: <https://doi.org/10.24114/jtikp.v8i1.26780>.
- Purnawijaya, F.M. (2019) 'Pengaruh Displin Kerja dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kedai 27 di Surabaya', *Jurnal Agora*, 7(1), p. 6.
- Sanida, D.S. and Prasetyawati, H. (2023) 'Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @infobekasi . coo Terhadap Followers Dalam Mendapatkan Kebutuhan Informasi', V(1), pp. 1–17.
- Sugiarto, W. (2017) 'Metode Penelitian', 2017, p. 87.
- Sugiyono (2013) *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Sutrisno, A.P. and Mayangsari, I.D. (2022) 'Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers', *Jurnal Common*, 5(2), pp. 118–133. Available at: <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>.
- Yunus, M. *et al.* (2021) 'Pengaruh Program Galeri Sport Di Trans7 Terhadap Persepsi Penonton Tentang Persepakbolaan Indonesia', 3(1), pp. 1–13.