



PENGARUH AKUN INSTAGRAM @POPHARIINI TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI SEPUTAR MUSIK REMAJA GEN Z

Reza Afroni ¹, Fauzi Djamal ²

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Interstudi Program Studi Sarjana Ilmu Komunikasi

rezaafroni10@gmail.com, fauzidjamal@gmail.com

Abstract (English)

Basically, social media is the latest development of new internet-based technology, which makes it easier for everyone to communicate, participate, share and form a network online, so they can disseminate their own content. Blog posts, tweets, or YouTube videos can be reproduced and can be viewed directly by millions of people for free. Rapid developments in technology have an impact on changes in company strategies in marketing products. Technological developments that make it easier to use the internet from various devices can be utilized in various online facilities such as social media which are often used by potential consumers in carrying out promotions. With various digital media that are popular today, companies can create creative content to promote products included in e-commerce. The results of this research are proof of data obtained using SPSS which is taken from the results of a questionnaire filled in with research data. From the results of SPSS data analysis which can be seen from the Moidieil Suimmary tab, the results of the analysis show that there is a strong and positive relationship between variable 0.4190 This positive communication indicates the existence of a directional coirielation between Instagram Accounts and Information Marketplaces.

Article History

Submitted: 19 Februari 2026

Accepted: 22 Februari 2026

Published: 23 Februari 2026

Key Words

Instagram, Information Needs, Social Media, Music

Abstrak (Indonesia)

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling membagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri. *Post* di blog, *tweet*, atau video *youtube* dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis. Perkembangan yang pesat dalam teknologi berdampak pada perubahan strategi perusahaan dalam memasarkan produk. Perkembangan teknologi yang memudahkan penggunaan internet dari berbagai perangkat, dapat dimanfaatkan dalam berbagai fasilitas *online* seperti media sosial yang sering digunakan oleh calon konsumen dalam melakukan promosi. Dengan berbagai media digital yang populer sekarang ini, perusahaan dapat membuat konten kreatif dalam mempromosikan produk yang termasuk dalam *e-commerce*. Hasil penelitian ini terbukti dengan pengolahan data menggunakan SPSS yang diambil dari hasil kuesioner yang diisi oleh responden. Dari hasil pengolahan data SPSS yang dapat dilihat dari tabel Model *Summary*, hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif antara variabel X (Akun Instagram @Pophariini) dengan variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi), dengan nilai koefisien korelasi (*r*) sebesar 0,4190 Hubungan positif ini mengindikasikan adanya korelasi searah antara Akun Instagram dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi.

Sejarah Artikel

Submitted: 19 Februari 2026

Accepted: 22 Februari 2026

Published: 23 Februari 2026

Kata Kunci

Instagram, Kebutuhan Informasi, Media Sosial, Musik



Pendahuluan

Masyarakat pada era digital ini memanfaatkan internet sebagai sarana pertukaran informasi dan komunikasi. Internet memiliki begitu banyak manfaat pada kehidupan manusia yang serba modern seperti sekarang, salah satunya adalah menjadi wadah yang begitu luas bagi masyarakat guna membagikan atau mendapat informasi baik yang secara langsung ataupun tidak. Saat ini internet seolah sudah menjadi kebutuhan pokok bagi setiap masyarakat (Fauziyyah & Rina, 2020).

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling membagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri. *Post* di blog, *tweet*, atau video *youtube* dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis (Hidayatulloh & Sahid, 2020).

Seperti media sosial contohnya Instagram yang menempati urutan kedua terbanyak setelah *whatsapp* menurut data *We are Social*. Jumlah pengguna Instagram di Indonesia pada bulan Februari 2022 sebanyak 84,8% dari jumlah populasi. Untuk detail pengguna instagram di Indonesia pada tahun 2022 menurut data *We are Social* bahwa jumlah yang menggunakan Instagram di Indonesia tahun 2022 sebanyak 99,15 juta jiwa. Dengan persentase pengguna Instagram dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 52,3% dan jenis kelamin laki-laki sebanyak 47,7%. Dapat diketahui dari banyaknya penggunaan Instagram, sebanyak 80,1% merupakan generasi Z yang menggunakan internet untuk menemukan informasi.

Teknologi berdampak pada perubahan strategi perusahaan dalam memasarkan produk. Perkembangan teknologi yang memudahkan penggunaan internet dari berbagai perangkat, dapat dimanfaatkan dalam berbagai fasilitas *online* seperti media sosial yang sering digunakan oleh calon konsumen dalam melakukan promosi. Dengan berbagai media digital yang populer sekarang ini, perusahaan dapat membuat konten kreatif dalam mempromosikan produk yang termasuk dalam *e-commerce*.

Dengan cara tersebut perusahaan dapat menyampaikan sebuah pesan dan memberikan pengalaman unik kepada calon konsumen agar tertarik dan mendorong keinginan konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Situs-situs berbagi *file* musik semakin banyak dan tidak terhitung jumlahnya. Kemajuan teknologi telah mengubah gaya hidup generasi muda, termasuk cara dan kebiasaan mengonsumsi musik.

Akun Instagram @pophariini adalah akun Instagram yang berisi konten informasi berupa musik nasional, melalui akun Instagram ini masyarakat khususnya kaum milenial dapat dengan mudah memperoleh berbagai informasi di akun media sosial ini. Followers akun @pophariini cukup banyak dalam hitungan ribuan, hal ini akan berpengaruh pada kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang dibagikan oleh akun tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang dituliskan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah akun instagram @pophariini berpengaruh terhadap pemenuhan informasi seputar musik remaja Gen Z followers Instagram @pophariini sebagai objek penelitian.

Metode Penelitian

Desain penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang datanya diukur dalam angka dan diolah dengan metode statistika untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu dengan menyebar kuesioner pada subjek yang telah ditentukan. Hasil yang diperoleh akan diolah dengan cara memperhitungkan nilai kuesioner yang telah diisi oleh responden yaitu followers instagram @pophariini.



Pada penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif, yaitu yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara masing – masing variabel yang telah ditetapkan dalam hipotesis sebelumnya. Sedangkan cara untuk mengumpulkan data informasi mengenai penelitian ini, peneliti ini menggunakan metode survei berupa penyebaran kuesioner yang disebarakan langsung oleh responden.

Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Pengumpulan Data

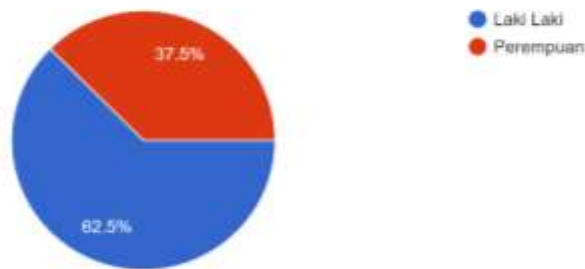
a. Gambaran Umum

Waktu yang dibutuhkan dalam melakukan riset pengumpulan data terhitung 9 hari pertanggal 20 Agustus 2023 hingga 29 Agustus 2023. Kuesioner yang disebarakan pada followers akun instagram @pophariini. Kuesioner yang kembali dan menjadi responden sebanyak 100 responden. Berikut merupakan karakteristik responden.

a) Jenis Kelamin Responden

Berikut merupakan jenis kelamin responden

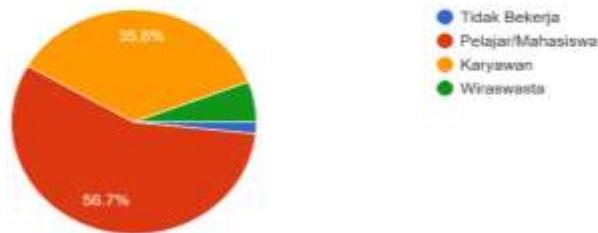
Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki Laki	63	63%
Wanita	37	37%
Jumlah	100	100%



a) Status Pekerjaan

Berikut merupakan status pekerjaan responden

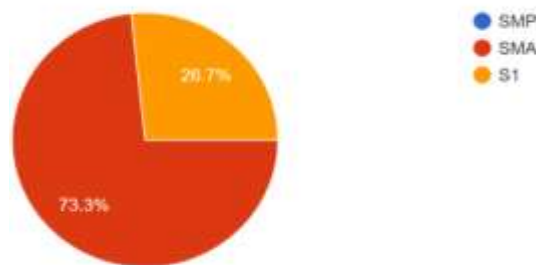
Status Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Tidak Bekerja	2	2%
Pelajar/Mahasiswa	56	56%
Karyawan	37	37%
Wiraswasta	5	5%
Jumlah	100	100%



b) Pendidikan Terakhir

Berikut merupakan pendidikan terakhir responden

Status Pekerjaan	Jumlah	Presentase
SMP	0	0%
SMA	73	73%
S1	27	27%
Jumlah	100	100%



2. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen data meliputi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas yang dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel.

Menghitung nilai r tabel, $n = (30 - 2 = 28)$, $\alpha = 0,05$ (α : nilai signifikansi). Sehingga nilai r (0,05) pada table *product moment* = (0,05, 28) yaitu 0,361. Oleh karna itu r hitung lebih besar ($>$) dari r tabel.

Berikut merupakan hasil penelitian uji validitas dan uji reliabilitas.

Hasil Uji Validitas

Variabel X1

Item Pernyataan	r Tabel	r Hitung	Ket.
X1	0.361	0.381	Valid
X2	0.361	0.463	Valid



X3	0.361	0.441	Valid
X4	0.361	0.644	Valid
X5	0.361	0.386	Valid
X6	0.361	0.371	Valid
X7	0.361	0.417	Valid
X8	0.361	0.470	Valid
X9	0.361	0.390	Valid
X10	0.361	0.616	Valid

Instrument soal dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05. Dari uji coba di atas artinya seluruh instrument kuesioner pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi ini dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

Variabel Y

Item Pernyataan	r Tabel	r Hitung	Ket.
Y1	0.361	0.410	Valid
Y2	0.361	0.423	Valid
Y3	0.361	0.409	Valid
Y4	0.361	0.424	Valid
Y5	0.361	0.460	Valid
Y6	0.361	0.366	Valid
Y7	0.361	0.427	Valid
Y8	0.361	0.403	Valid
Y9	0.361	0.434	Valid
Y10	0.361	0.538	Valid

Instrument soal dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05. Dari uji coba di atas artinya kuesioner pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi ini dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

Hasil Uji Reliabilitas

variabel	Cronbach's Alpha	Nilai kritis	keterangan
Akun Instagram (x)	0,671	0,6	reliabel
Pemenuhan Kebutuhan Informasi (y)	0,708	0,6	reliabel



Berdasarkan tabel di atas nilai *cronbach's alpha* untuk Akun Instagram sebesar 0.671 lebih besar dibanding 0,6 maka dapat dikatakan seluruh variabel x dinyatakan reliable. Untuk Pemenuhan Kebutuhan Informasi sebesar 0.708 lebih besar dibanding 0,6 maka dapat dikatakan seluruh variabel y dinyatakan reliabel. Hal tersebut berarti bahwa Akun Instagram dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi berada pada tingkat reabilitas yang tinggi mengacu pada koefisien reliabilitas *cronbach's alpha*.

Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Akun Instagram
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	3.03562471
Most Extreme Differences	Absolute	0,077
	Positive	0,077
	Negative	-,075
Test Statistic		0,077
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,152 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Dari hasil uji asumsi klasik untuk menguji normalitas residual yaitu menggunakan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S) didapatkan Besarnya nilai signifikansi 0,152 yang lebih dari alpha (0,05) hasil tersebut menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal.

Uji Autokolerasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,735 ^a	,541	,536	3.051

a. Predictors: (Constant), X1

Berdasarkan perhitungan, didapatkan koefisien determinasi (R^2) antara variable x (Akun Instagram) dengan variable Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) sebesar 0,735 atau = 73%. Angka ini menunjukkan bahwa sebesar 73%



Pemenuhan kebutuhan informasi yang terjadi dapat di jelaskan dengan menggunakan variable Akun Instagram Pophariini. Sedangkan sisanya 27% dipengaruhi oleh factor lainnya penulis tidak teliti.

Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1073.273	1	1073.273	115.294	<0.01 ^b
Residual	912.287	98	9.309		
Total	1985.560	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1

Pengujian Hipotesis yang menjelaskan bahwa pengaruh dari variable akun Instagram (X) terhadap Pemenuhan kebutuhan informasi (Y), yakni dilakukan dengan cara membandingkan besarnya *P-Value* pada kolom signifikan (α) sebesar 0,05 dengan kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yang di usulkan dengan penjelasan sebagai berikut:

H0: jika nilai *P-Value* pada kolom signifikan > level of signifikan (α) berarti tidak ada pengaruh/ ditolak

H1: jika nilai *P-Value* pada kolom signifikan < level of signifikan (α) berarti ada pengaruh/ diterima.

Berdasarkan Tabel Anova diatas di dapatkan *P-Value* pada kolom signifikan sebesar 0,01 lebih kecil 0,05 artinya ada pengaruh antara Akun Instagram terhadap pemenuhan informasi.

Uji T Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15.372	2.349		6.544	<,000
X1	,648	,060	,735	10.737	,000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil uji t dimana nilai t hitung > t tabel ($10.737 > 1.984$) dan nilai signifikansi sebesar 0.000 ($0.000 < 0.05$). Hal tersebut menyatakan: Akun Instagram @Pophariini berpengaruh



positif dan signifikan terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Pembahasan Pengaruh Akun Instagram @Pophariini terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi.

Hasil penelitian ini terbukti dengan pengolahan data menggunakan SPSS yang diambil dari hasil kuesioner yang diisi oleh responden.

Dari hasil pengolahan data SPSS yang dapat dilihat dari tabel Model Summary, hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif antara variabel X (Akun Instagram @Pophariini) dengan variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi), dengan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,4190. Hubungan positif ini mengindikasikan adanya korelasi searah antara Akun Instagram dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Selain itu, untuk menguji hipotesis, dilakukan Uji-t berdasarkan nilai koefisien korelasi. Hasilnya menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 4.190, yang lebih besar daripada nilai t_{tabel} pada taraf signifikan 0,000.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang menggunakan alat hitung yang bernama SPSS dapat dilihat dari tabel annova menunjukkan bahwa penelitian ini, dapat disimpulkan H_0 ditolak, dan hipotesis alternatif H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa indikator yang ada dalam akun instagram @pophariini memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu pemenuhan informasi.

Akun @PopHariIni memiliki penyampaian pesan yang baik

No	Tanggapan responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	15	15%
3	Ragu ragu	6	6%
4	Setuju	59	59%
5	Sangat setuju	20	20%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebesar 59%, 20% sangat setuju. Tidak setuju 15% 6% Ragu-ragu. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel diatas dinyatakan bahwasanya Akun @PopHariIni memiliki penyampaian pesan yang baik.

Informasi seputar musik pada akun @PopHariIni memiliki narasi yang baik sehingga mudah dipahami

No	Tanggapan responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	9	9%
2	Tidak setuju	13	13%



3	Ragu ragu	17	17%
4	Setuju	16	16%
5	Sangat setuju	45	45%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan sangat setuju sebesar 45%, 16% setuju 17% Ragu-ragu 13% Tidak setuju dan sisanya memilih sangat tidak setuju sebanyak 9%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel di atas dinyatakan bahwa Informasi seputar musik pada akun @PopHariIni memiliki narasi yang baik sehingga mudah dipahami.

Informasi seputar musik yang di posting di Instagram @PopHariIni sangat bervariasi

No	Tanggapan responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	5	5%
3	Ragu ragu	4	4%
4	Setuju	69	69%
5	Sangat setuju	22	22%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebesar 69%, 22% sangat setuju 5% tidak setuju 4% Ragu-ragu. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel di atas dinyatakan bahwasanya Informasi seputar musik yang di posting di Instagram @PopHariIni sangat bervariasi

Akun Instagram @PopHariIni aktif dalam berinteraksi dengan followers

No	Tanggapan responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	8	8%
2	Tidak setuju	12	12%
3	Ragu ragu	15	15%
4	Setuju	24	24%
5	Sangat setuju	41	41%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan sangat setuju sebesar 41%, 24% setuju, Ragu-ragu 15% 12% tidak setuju dan sisanya memilih sangat



Tidak setuju sebanyak 7%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel di atas dinyatakan bahwasanya Akun Instagram @PopHariIni aktif dalam berinteraksi dengan followers.

Postingan berita akun @PopHariIni memiliki pemahaman yang baik terhadap pemenuhan informasi

No	Tanggapan responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	16	16%
3	Ragu ragu	25	25%
4	Setuju	41	41%
5	Sangat setuju	18	18%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebesar 41%, 18% sangat setuju, Ragu-ragu 25% Tidak setuju 16% .Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel di atas dinyatakan bahwasanya Postingan berita akun @PopHariIni memiliki pemahaman yang baik terhadap pemenuhan informasi.

Postingan berita akun @PopHariIni memiliki penampilan konten yang menarik

No	Tanggapan responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	10	10%
3	Ragu ragu	19	19%
4	Setuju	20	20%
5	Sangat setuju	51	51%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan sangat setuju sebesar 51%, 20% setuju. 19% ragu-ragu dan sisanya memilih sangat tidak setuju sebesar 10%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel di atas dinyatakan bahwa Postingan berita akun @PopHariIni memiliki penampilan konten yang menarik.



Akun @PopHariIni merupakan akun yang terpercaya

No	Tanggapan responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	8	8%
2	Tidak setuju	25	25%
3	Ragu ragu	15	15%
4	Setuju	39	39%
5	Sangat setuju	13	13%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju 39% 13% sangat setuju, Ragu-ragu 15% 25% Tidak setuju Dan sisanya memilih sangat tidak setuju 8% Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel di atas dinyatakan bahwasanya Akun @PopHariIni merupakan akun yang terpercaya.

Akun @PopHariIni memiliki pengikut yang banyak

No	Tanggapan responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	10	10%
3	Ragu ragu	10	10%
4	Setuju	25	25%
5	Sangat setuju	55	55%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan sangat setuju sebesar 55%, 25% setuju Ragu-ragu 10% dan sisanya memilih tidak setuju sebanyak 10%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel di atas dinyatakan bahwasanya Akun @PopHariIni memiliki pengikut yang banyak.

Isi konten @PopHariIni sangat efektif untuk mencari informasi seputar musik

No	Tanggapan responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	9	9%
2	Tidak setuju	19	19%
3	Ragu ragu	17	17%
4	Setuju	32	32%



5	Sangat setuju	23	23%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebesar 32%, 23% sangat setuju 17% Ragu-ragu 19% Tidak setuju dan sisanya memilih sangat tidak setuju sebanyak 9%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel di atas dinyatakan bahwa Isi konten @PopHariIni sangat efektif untuk mencari informasi seputar informasi

Informasi akun @PopHariIni merupakan informasi yang *up to date*

No	Tanggapan responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	3	3%
3	Ragu ragu	4	4%
4	Setuju	29	29%
5	Sangat setuju	64	64%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan sangat setuju sebesar 64%, 29% setuju Ragu-ragu 4% dan sisanya memilih Tidak setuju sebanyak 3%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel di atas dinyatakan bahwa Informasi akun @PopHariIni merupakan informasi yang *up to date*

Penggunaan gambar pada akun @PopHariIni membantu memudahkan pembaca menangkap informasi

No	Tanggapan responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	5	5%
2	Tidak setuju	13	13%
3	Ragu ragu	24	24%
4	Setuju	34	34%
5	Sangat setuju	24	24%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebesar 34%, 24% sangat setuju 24% Ragu-ragu 13% Tidak setuju dan sisanya memilih sangat tidak setuju sebanyak 5%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel di atas dinyatakan bahwa Penggunaan gambar pada akun @PopHariIni membantu memudahkan pembaca menangkap informasi



Penyampaian informasi tidak hanya berupa narasi tetapi berupa video

No	Tanggapan responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	3	3%
2	Tidak setuju	15	15%
3	Ragu ragu	11	11%
4	Setuju	25	25%
5	Sangat setuju	46	46%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan sangat setuju sebesar 46%, 25% setuju Ragu-ragu 11% 15% tidak setuju dan sisanya memilih sangat tidak setuju sebanyak 3%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel di atas dinyatakan bahwa Penyampaian informasi tidak hanya berupa narasi tetapi berupa video

Informasi seputar musik yang di posting di Instagram @PopHariIni selalu up to date

No	Tanggapan responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	10	10%
3	Ragu ragu	6	6%
4	Setuju	51	51%
5	Sangat setuju	33	33%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebesar 51%, 33% Sangat setuju Tidak setuju 10% dan sisanya memilih Ragu-ragu sebesar 6%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel di atas dinyatakan bahwa Informasi seputar musik yang di posting di Instagram @PopHariIni selalu up to date

Akun @PopHariIni bekerjasama dengan akun sejenis untuk memberikan informasi seputar musik

No	Tanggapan responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	10	10%
2	Tidak setuju	0	0%
3	Ragu ragu	7	7%



4	Setuju	27	27%
5	Sangat setuju	56	56%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan Sangat setuju sebesar 56%, 27% setuju Ragu-ragu 7% dan sisanya memilih sangat tidak setuju sebesar 10%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel di atas dinyatakan bahwa Akun @PopHariIni bekerjasama dengan akun sejenis untuk memberikan informasi seputar musik.

Akun @PopHariIni bekerjasama dengan band tertentu untuk memberikan informasi

No	Tanggapan responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	2	2%
2	Tidak setuju	23	23%
3	Ragu ragu	17	17%
4	Setuju	34	34%
5	Sangat setuju	24	24%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebesar 34%, 24% Sangat setuju, Tidak setuju 23% 17% Ragu-ragu dan sisanya memilih Sangat tidak setuju sebesar 2%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel di atas dinyatakan bahwa Akun @PopHariIni bekerjasama dengan band tertentu untuk memberikan informasi.

Akun @PopHariIni bekerjasama dengan sponsor sebagai pendapatan

No	Tanggapan responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	8	8%
2	Tidak setuju	12	12%
3	Ragu ragu	22	22%
4	Setuju	21	21%
5	Sangat setuju	37	37%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan sangat setuju sebesar 37%, 21% setuju Ragu-ragu 22% 12% tidak setuju dan sisanya memilih sangat tidak



setuju sebesar 8%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel di atas dinyatakan bahwa Akun @PopHariIni bekerjasama dengan sponsor sebagai pendapatan

Akun Instagram @PopHariIni sangat terbuka dengan saran dari followers

No	Tanggapan responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	3	3%
2	Tidak setuju	3	3%
3	Ragu ragu	7	7%
4	Setuju	49	49%
5	Sangat setuju	38	38%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan setuju sebesar 49%, 38% sangat setuju Ragu-ragu 7% 3% Tidak setuju dan sisanya memilih sangat tidak setuju sebesar 3%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel di atas dinyatakan bahwa Akun Instagram @PopHariIni sangat terbuka dengan saran dari followers

Akun Instagram @PopHariIni senantiasa menjawab pertanyaan followers.

No	Tanggapan responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	6	6%
3	Ragu ragu	3	3%
4	Setuju	30	30%
5	Sangat setuju	61	61%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan Sangat setuju sebesar 61%, 30% setuju, Tidak setuju 6% dan sisanya memilih Ragu-ragu sebanyak 3%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel di atas dinyatakan bahwa Akun Instagram @PopHariIni senantiasa menjawab pertanyaan followers

Akun Instagram @PopHariIni menjawab pesan (*direct message*) followers dengan cepat

No	Tanggapan responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	3	3%



3	Ragu ragu	7	7%
4	Setuju	51	51%
5	Sangat setuju	39	39%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan Setuju sebesar 51%, 39% Sangat setuju 7% Ragu-ragu dan sisanya memilih Tidak setuju sebesar 3%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel diatas dinyatakan bahwa Akun Instagram @PopHariIni menjawab pesan (*direct message*) followers dengan cepat.

Akun Instagram @PopHariIni membantu para Musisi untuk menginformasikan perihal *single song* terbaru

No	Tanggapan responden	Frekuensi	%
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	3	3%
3	Ragu ragu	5	5%
4	Setuju	34	34%
5	Sangat setuju	58	58%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden menyatakan sangat setuju sebesar 58%, 34% setuju, ragu-ragu 5% dan sisanya memilih Tidak setuju sebesar 3%. Dapat disimpulkan sebagian besar dari hasil responden pada tabel di atas dinyatakan bahwa Akun Instagram @PopHariIni senantiasa menjawab pertanyaan followers

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Akun Instagram @Pophariini terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Musik dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a) Hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa pengaruh yang didapatkan yaitu Akun Instagram @pophariini berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi artinya Akun tersebut secara teratur memposting konten berkualitas, memberikan informasi terkini dan relevan kepada pengikutnya selain itu menyajikan fakta-fakta terverifikasi dan statistik yang dapat dipercaya, meningkatkan kepercayaan pengikut terhadap informasi yang diberikan.
- b) Hasil perhitungan uji autokolerasi menjelaskan bahwa akun Instagram @pophariini memiliki korelasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi, yang artinya menandakan adanya hubungan positif antara akun tersebut dan pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat.



Saran

- a) Untuk peneliti selanjutnya, dapat memperluas sektor untuk riset.
- b) Untuk peneliti selanjutnya disarankan alangkah lebih baik jika menggunakan jurnal internasional untuk menambah wawasan dan informasi terkait penelitian terbaharu.
- c) Dari hasil penelitian yaitu sebesar 57,5% lainnya dipengaruhi oleh beberapa faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Untuk peneliti selanjutnya melengkapi 57,5% dari faktor lainnya.
- d) Untuk akun instagram @pophariini alangkah lebih baik menerapkan indikator – indikator yang tertuju pada sistem informasi, agar informasi tersebut menjadi informasi yang relevan.
- e) Tindak lanjut dari penelitian ini akan dilaksanakan sebagai rujukan bagi pemilik akun @pophariini sebagai bahan develop untuk informasi yang diberikan.
- f) Untuk akun @pophariini harus lebih up to date terkait berita terbaru mengenai seputar musik, karena informasi yang dikeluarkan bersifat berita, edukasi, hiburan, atau kombinasi sehingga dapat terpenuhi kebutuhan informasi para followers
- g) Informasi yang diberikan harus akurat dan relevan agar meningkatkan kepercayaan para followers.
- h) Memperluas metode seperti survei online, wawancara mendalam dengan pengikut akun, analisis konten, atau eksperimen sosial adalah beberapa metode yang dapat digunakan. Kombinasikan metode untuk mendapatkan gambaran yang lebih lengkap.

Referensi

- Ardini, N. I. W., & Darmayuda, I. K. (2021). Musik Pop Bali Sebagai Industri Budaya. *Bali-Dwipantara*, 133–138. <https://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/bdw/article/view/237%0Ahttps://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/bdw/article/download/237/128>.
- Budi Mahardhika, W., & Sunariani, N. N. (2019). Strategi Pemasaran Produk Makanan Catering Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(1), 13. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i1.2015>.
- Christiani, M. d. (2020). Pemanfaatan Line Today terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakuoltas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro Semarang. *Anuva Volume 4* (4).
- Fauziyyah, S. N., & Rina, N. (2020). *Literasi Media Digital : Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers The Effectiveness of @ infobandungraya Instagram Account on Fulfilling Followers ' Information Needs. III(I)*, 13–24.
- Hadi, I. P. dkk. (2021). *Buku ajar Komunikasi Massa*. [https://repo-dosen.ulm.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/Buku Ajar Komunikasi Bisnis \(ABKA 3208- 2 SKS\).pdf?sequence=1](https://repo-dosen.ulm.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/Buku%20Ajar%20Komunikasi%20Bisnis%20(ABKA%203208-2%20SKS).pdf?sequence=1).
- Hidayatulloh, M. T., & Sahid, K. (2020). Perilaku Mengakses Informasi Dan Persepsi terhadap Berita Hoax Di Kalangan Mahasiswa. *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan*, 24(2), 11–126. <https://doi.org/10.15408/dakwah.v24i2.18319>.
- Irianto, A. P., & Sastika, W. (2021). Analisis penerapan content video pada media sosial instagram di umkm merdeka motor kabupaten garut tahun 2021. *eProceeding of Applied Science*, 7(6), 2448–2458.



- Jamaludin. (2018). Analisa Perhitungan dan Pemilihan Load Cell Pada Rancang Bangun Alat Uji Tarik Kapasitas 3 Ton. *Motor Bakar: Jurnal Teknik Mesin Universitas Muhammadiyah Tangerang*, Vol. 2 No. 1 - Desember.
- Kautsar. (2019). *Pengaruh Game Online Terhadap Prestasi Akademik Peserta Didik di MAN 3 Aceh Besar*. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., Pakpahan, N. S., & Hayati, N. (2022). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 134. <https://doi.org/10.30829/jai.v11i1.11923>.
- Maita, L. N. (2017). *Pengaruh Program Musik Breakout Net Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Musik Pop (Survei Terhadap Mahasiswa Jurusan Pendidikan Seni Drama Tari Musik UNTIRTA Angkatan 2014-2016)* (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).
- Rizky, T. F., & Putri, W. Y. (2023). Strategi Komunikasi Content Creator @ijoeel Dalam Menampilkan Citra Kota Jakarta melalui Akun Media Sosial Instagram. *Inter Script: Journal of Creative Communication* |, V(1), 74.
- Sanida, D. S., & Prasetyawati, H. (2023). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @ infobekasi . coo Terhadap Followers Dalam Mendapatkan Kebutuhan Informasi*. V(1), 1–17.
- Studi, P., Komunikasi, I., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., Sultan, U., & Tirtayasa, A. (2017). *Pengaruh Program Musik Breakout Net*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, & L. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Ulfa, E. (2019). Motif Pendengar radio di era perkembangan teknologi informasi (Studi Kepuasan Penggunaan Media pada generasi z di Bandung). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 6, No. 2.
- Widiasanty, D. L. (2022). Pengaruh Menonton Tayangan Program Ilook Net Tv Terhadap Minat Menonton Siswi SMK Sahid Jakarta. *Inter Script: Journal Of Creative Communication*, Vol. 4 No. 1, 23.