

## PENGARUH PENGGUNAAN AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @BOBBYNST TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI *FOLLOWERS* DI KOTA MEDAN

Akbar Gading Barus

[gadingbarus2@gmail.com](mailto:gadingbarus2@gmail.com)

Universitas Sumatera Utara

### ABSTRAK

Penelitian ini berjudul *Pengaruh Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @bobbyst Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers di Kota Medan*. Penggunaan Instagram kini merupakan salah satu yang paling sering digunakan untuk memperoleh informasi. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Uses and Gratification*, media baru, serta pemenuhan kebutuhan informasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian korelasional yang bertujuan untuk mencari hubungan antar variabel. Populasi dalam penelitian ini diambil dari pengikut atau *followers* akun Instagram @bobbyst yang berjumlah 205.967 pengikut (diambil pada 4 Juli 2021), menggunakan rumus Taro Yamane dengan presisi 10% dan tingkat kepercayaan 90% sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini yaitu *Purposive Sampling* dan *Accidental Sampling* serta teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis tabel tunggal, analisis tabel silang, dan uji korelasi menggunakan rumus Spearman Rho melalui aplikasi SPSS 26. Hasil uji hipotesis menunjukkan terdapat hubungan antarpengaruh penggunaan akun media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* di Kota Medan dengan koefisien 0,692 dalam skala hubungan yang cukup berarti. Kemudian hasil uji determinasi didapati bahwa penggunaan akun media sosial Instagram @bobbyst berpengaruh 48% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* di Kota Medan.

**Kata Kunci:** Media baru, *uses and gratification*, Instagram, pemenuhan kebutuhan informasi.

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang Masalah

Kebutuhan akan informasi ini menjadi hal yang wajib dalam kehidupan manusia. Adanya kebutuhan informasi terjadi apabila seseorang mengalami ketidaktauan untuk menjalani hidupnya. Kehadiran media baru dalam medium komunikasi tidak dapat dipungkiri sudah menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia kekinian. McQuail (2011:302) mengungkapkan bahwa media baru menghadirkan konsep masyarakat informasi sebagai

masyarakat yang bergantung pada kompleksitas informasi elektronik dan jaringan komunikasi yang mengalokasikan sebagian besar sumber dayanya pada aktivitas informasi dan komunikasi. Impelementasi teknologi dalam *new media* dapat dilihat dari penggunaan internet. Adanya internet ini lalu menghadirkan media sosial, salah satunya adalah Instagram.

Banyak orang menggunakan Instagram untuk membuat akun yang memuat informasi beragam, salah satunya mengenai informasi tentang kedaerahan. Salah satu akun Instagram yang menyediakan informasi mengenai Kota Medan adalah akun milik Walikota Medan terpilih untuk periode 2021-2026, Bobby Nasution, @bobbynst. Dibandingkan dengan akun Instagram serupa lainnya di Kota Medan, akun Instagram @bobbynst sangat proaktif dalam memberikan informasi-informasi seputar kegiatannya dalam membangun Kota Medan. Akun Instagram ini lalu dimanfaatkan oleh sejumlah *followers* yang kebanyakan merupakan masyarakat Kota Medan untuk melakukan pengaduan yang dianggap meresahkan. Terlihat dari banyaknya komentar di setiap postingan maupun *instagram stories* @bobbynst tentang keresahan warga Medan mengenai infrastruktur jalan, banjir, penanganan covid-19 hingga dukungan serta kritikan. Interaksi warga Medan dengan Walikotanya di akun Instagram ini terlihat cukup memberi kesan yang baik. Aduan masyarakat tersebut pun sepertinya ditanggapi dengan cukup serius dengan memberikan respon di kolom komentar dan sebagainya. Hal ini menjadikan peneliti ingin mengetahui tentang bagaimana penggunaan akun media sosial Instagram @bobbynst dalam memberikan dampak atau sumbangsih bagi para penggunanya untuk mengetahui informasi mengenai Kota Medan. Oleh karena itu peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian “Pengaruh Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @Bobbynst terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* di Kota Medan.

## Rumusan Masalah

1. Bagaimana penggunaan akun media sosial Instagram @bobbynst pada kalangan *followers*?
2. Bagaimana pemenuhan kebutuhan informasi pada *followers*?
3. Bagaimana pengaruh penggunaan akun media sosial Instagram @bobbynst terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* di Kota Medan?

## Pembatasan Masalah

1. Subjek penelitian ini adalah *followers* atau pengikut akun Instagram @bobbynst
2. *Followers* atau pengikut akun Instagram @bobbynst yang berdomisili di Kota Medan

## Tujuan Penelitian

1. Mengetahui penggunaan akun media sosial Instagram @bobbynst selama ini.
2. Informasi apa saja yang dibutuhkan *followers* mengenai Kota Medan.
3. Mengetahui sejauhmana pengaruh penggunaan akun media sosial Instagram @bobbynst terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* di Kota Medan.

## URAIAN TEORITIS

## Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan salah satu topik pembahasan yang termasuk dalam lingkup ilmu komunikasi. Komunikasi massa dapat dilihat dari tingkatan organisasi sosial yang besar, di mana tempat terjadinya komunikasi tersebut, dengan menggunakan jaringan-jaringan berupa teknologi komunikasi sebagai alat distribusinya. Komunikasi massa menghubungkan banyak penerima informasi dari suatu satu sumber (McQuail, 2011:18).

## *Uses and Gratification*

*Uses and Gratification* (Kebutuhan dan kepuasan) merupakan teori yang muncul karena perdebatan mengenai teori *bullet* milik Wilbur Schramm pada tahun 1930-an. Pada teori yang dikemukakan Wilbur Schramm, ia menyatakan bahwa khalayak media dianggap khalayak pasif yang mudah dipengaruhi media, sedangkan pada teori *Uses and Gratification* memiliki pandangan bahwa khalayak justru ikut aktif di mana mereka menggunakan media untuk kebutuhan akan informasi, pendidikan, dan hiburan (Humaizi, 2017:1).

## *New Media*

Selama satu dekade belakangan ini, penggunaan *new media* atau media baru hadir untuk mengisi kegiatan manusia. Media baru yang dimaksud biasanya berupa perangkat teknologi komunikasi yang dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. (McQuail, 2011: 148). Lievrouw dan Livingstone (2006) menyebutkan bahwa *New media* atau media baru adalah berbagai teknologi informasi dan komunikasi dengan pendekatan konteks-konteks sosial terkait yang terdiri dari tiga elemen, yakni: alat dan artefak teknologi yang digunakan untuk menyampaikan informasi; aktivitas dan penggunaan untuk menyampaikan informasi; serta tatanan organisasi sosial yang terlibat dalam alat dan praktik tersebut (McQuail, 2011: 42-43). Dapat dikatakan bahwa internet merupakan bagian dari media baru, yang di dalamnya terdapat saluran komunikasi lain yaitu media sosial.

## Instagram

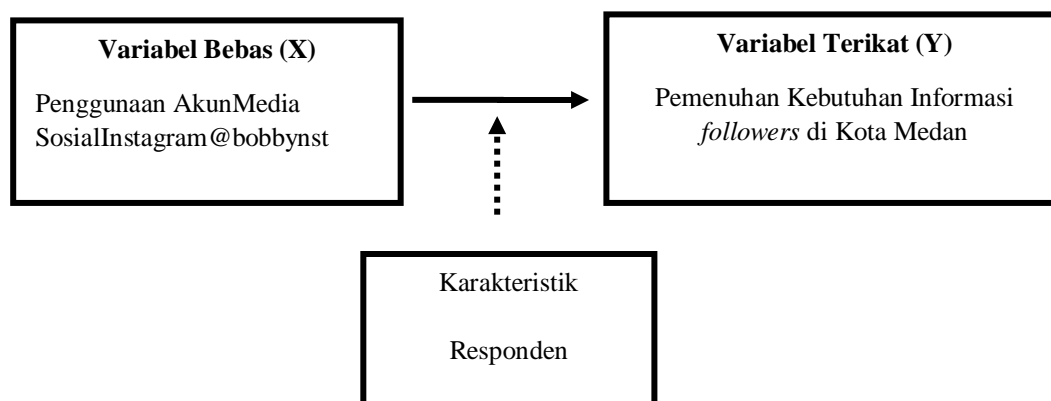
Instagram merupakan sebuah aplikasi jejaring media sosial berbasis internet yang digunakan yang dapat digunakan untuk mengambil dan membagikan momen berupa foto ataupun video. Instagram telah diunduh lebih dari satu miliar kali di berbagai aplikasi pengunduhan seperti Google Playstore dan AppStore. Tidak hanya sekedar berbagi pesan foto ataupun video, Instagram juga menyediakan bagi penggunanya untuk menerapkan filter atau efek-efek digital menarik pada foto ataupun video dengan pilihan-pilihan yang beragam

## Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Informasi merupakan data yang telah diolah dan menjadi bentuk yang memiliki arti bagi penerimanya. Katz, Geruvitch, dan Haas yang dikutip dalam Yusup (2013) menggolongkan pemenuhan kebutuhan informasi menjadi lima kategori yaitu kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial, serta kebutuhan berkhayal.

## Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan hasil pemikiran rasional yang uraiannya bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai (Nawawi, 2001:40). Kerangka konsep penelitian ini yaitu:



## Variabel Penelitian

Berdasarkan kerangka teori dan kerangka konsep yang telah diuraikan diatas, maka variable penelitiannya adalah sebagai berikut:

No.	Variabel Teoritis	Defenisi Operasional
1.	Variabel Bebas (X) Penggunaan akun Instagram @bobbyst	1. Frekuensipenggunaan 2. UpdateInformasi 3. KesesuaianInformasi 4. Bahasa/kalimat 5. Pemahaman Tentang Informasi 6. KelengkapanInformasi 7. Tampilan
2.	Variabel Terikat (Y) Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>followers</i>	1. Kognitif 2. Kepuasan 3. IntegratifSosial 4. <i>PersonalIdentity</i>
3.	Karakteristik Responden	1. Jenis Kelamin 2. Usia 3. Pekerjaan 4. Domisili 5. Frekeuensi Penggunaan Instagram

## Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_o$ : Tidak terdapat pengaruh antara penggunaan akun media sosial Instagram @bobbyst terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* di Kota Medan.

$H_a$  : Terdapat pengaruh antara penggunaan akun media sosial Instagram @bobbyst terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* di Kota Medan

## METODOLOGI PENELITIAN

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian korelasional yaitu metode yang bertujuan untuk meneliti sejauh mana variasi suatu faktor yang berkaitan dengan faktor lainnya (Rakhmat, 2018:27). Metode korelasional merupakan metode kelanjutan dari metode deskriptif yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi mengenai suatu gejala (Darmawan, 2016:134).

### Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Medan dengan menyasar pengikut (*followers*) akun media sosial Instagram @bobbyst sebanyak 205 ribu *followers* per 4 Juli 2021.

### Populasi dan Sampel

#### Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut (*followers*) dari akun media sosial Instagram @bobbyst. Peneliti mencatat, akun tersebut telah memiliki 205.967 pengikut (Diambil pada 4 Juli 2021).

#### Sampel

peneliti menggunakan rumus Taro Yamane dengan presisi 10% dan tingkat tingkat kepercayaan 90% (Bungin, 2013: 105), yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1} \rightarrow n = \frac{205.967}{205.967(0,1)^2 + 1}$$

Berdasarkan rumus tersebut dengan populasi 205.967, maka sampel yang dibutuhkan adalah 100 orang.

### Teknik Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling*, yaitu sampel yang dipilih tidak secara acak dan tidak semua unsur atau elemen populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk bisa dipilih menjadi sampel. Selain itu teknik yang digunakan adalah *purposive*

*sampling* di mana responden yang terpilih menjadi anggota sampel atas dasar pertimbangan peneliti yang diambil dengan maksud atau tujuan tertentu (Darmawan, 2016: 151-152).

## Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Kuisioner

Kuisioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan yang telah disusun secara sistematis dengan alternatif jawaban yang telah tersedia sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sesuai dengan aspirasi, persepsi, sikap, keadaan atau pendapat pribadinya (Bungin, 2013: 123).

## Teknik Analisis Data

1. Analisis Tabel Tunggal
2. Analisis Tabel Silang
3. Uji Hipotesis

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Tabel Tunggal

#### Karakteristik Responden

Berdasarkan jenis kelamin, dari total 100 responden, jenis kelamin perempuan berjumlah 51 orang (51%) dan responden laki-laki berjumlah 49 orang (49%). Bila dilihat dari rentang usia responden, 62 responden (62%) merupakan kelompok 18-25 tahun, usia 26-35 tahun dengan 22 responden (22%), lalu usia 36-45 tahun 10 responden (10%), usia di atas 45 tahun sebanyak 5 responden (5%) serta usia di bawah 18 tahun 1%. Lalu dari segi pekerjaan, 44% responden memiliki latar belakang pelajar/mahasiswa, kelompok wirausaha/ wiraswasta 21 orang (21%), lalu karyawan swasta 19 orang (19%), 14 orang (14%) lainnya, sedang pekerjaan PNS dengan jumlah 2%. Keseluruhan responden merupakan orang yang berdomisili di Kota Medan dengan jumlah 100%. Frekuensi dalam menggunakan Instagram pun beragam mulai dari menggunakan Instagram lebih dari 6 kali sebanyak 37 orang (37%), 3-4 kali sehari 29 responden (29%), 26 responden (26%) memilih sebanyak 5-6 kali, serta 8 responden (8%) penggunaan kurang dari 3 kali.

#### Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @Bobbyst

65 responden (65%) setuju dan 4 responden (4%) sangat setuju bahwa mereka sering melihat/mengakses akun media sosial Instagram @bobbyst. Ini menunjukkan bahwa 70% responden mengikuti akun Instagram @bobbyst dengan frekuensi waktu yang beragam seperti 78 responden (78%) mengakses akun Instagram @bobbyst di bawah 10 menit, 20 responden (20%) mengakses akun Instagram @bobbyst 10-15 menit, 1 responden (1%) 15-20 menit, serta 1 responden (1%) mengakses akun Instagram @bobbyst selama lebih dari 20 menit. Lalu sebanyak 88% menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa akun Instagram @bobbyst cepat



dalam memberikan informasi. Adapun pernyataan mengenai penggunaan akun Instagram @bobbynst untuk memperoleh informasi/ pengetahuan mengenai kegiatan Wali Kota Medan, sebanyak 59 responden (59%) setuju mereka mengakses akun Instagram @bobbynst. 17 responden (17%) menyatakan sangat setuju, dan 24% responden lainnya menyatakan ketidaksetujuannya. Selanjutnya sebanyak 91% responden menyatakan setuju bahwa mereka mengakses akun Instagram @bobbynst untuk memperoleh informasi/ pengetahuan mengenai kinerja Pemerintah Kota Medan. Dari pernyataan tersebut terlihat bahwa responden sadar dan memahami bahwa mereka menggunakan dan memilih akun Instagram @bobbynst untuk tujuan tertentu. Hal ini sejalan dengan teori *Uses and Gratification* yang menyatakan bahwa audiens bisa secara mandiri memilih media yang mereka gunakan.

Hasil selanjutnya adalah bahwa 73% responden setuju dan 9% responden sangat setuju kalau informasi yang disajikan oleh akun Instagram @bobbynst adalah informasi yang mereka cari serta 81% responden juga setuju terhadap pernyataan bahwa informasi yang disajikan juga sesuai dengan kebutuhan informasi yang dibutuhkan. Adapun soal penggunaan bahasa, sebanyak 83% responden merasa setuju dan sangat setuju bahwa bahasa yang digunakan sudah baik. Hanya terdapat 17% responden yang tidak setuju. 75% responden menyatakan setuju dan 12% menyatakan sangat setuju bahwa informasi yang disajikan juga jelas dan mudah untuk dimengerti. Kemudian untuk kelengkapan dan keberagaman informasi, 62% setuju dan sangat setuju bahwa informasinya lengkap dan beragam. Ada 38% yang tidak setuju dengan pernyataan tersebut, terbanyak dari pernyataan-pernyataan sebelumnya yang menunjukkan bahwa informasi pada akun Instagram @bobbynst masih dirasa belum sepenuhnya lengkap dan beragam. Lalu adapula pernyataan mengenai mengakses akun Instagram @bobbynst untuk memperoleh informasi/pengetahuan, sebanyak 86% responden setuju dan sangat setuju. Kemudian pernyataan yang terakhir mengenai kesesuaian informasi berdasarkan fakta yang ada, 78 responden (78%) menyatakan setuju, lalu sebanyak 6 responden (6%) bahkan menyatakan sangat setuju. Sementara 15 responden (15%) menyatakan sikap tidak setuju serta satu responden (1%) memilih jawaban sangat tidak setuju.

### **Pemenuhan Kebutuhan Informasi**

Pada pernyataan mengenai kebutuhan untuk memperoleh informasi terpenuhi setelah mengakses akun Instagram @bobbynst, sebanyak 75% responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden telah terpenuhi kebutuhan kognitifnya untuk memperoleh informasi yang diinginkan. Adapun mengenai penggunaan akun Instagram @bobbynst untuk memuaskan rasa ingin tahu, terdapat 77% responden setuju bahwa rasa ingin tahu mereka terpuaskan, bahkan sebanyak 10 responden (10%) menyatakan sangat setuju. Hanya 13% yang masih belum merasa seperti itu. Lalu mengenai kepuasan setelah mengakses akun Instagram @bobbynst, 71 responden (71%) setuju, lalu terdapat 5 responden (5%) yang bahkan menyatakan sangat puas. Bila merujuk dari hasil tersebut, pemenuhan kebutuhan informasi mayoritas responden telah terpuaskan.

Dalam hal menggunakan atau mengakses akun Instagram @bobbynst untuk menambah wawasan mengenai Kota Medan, 73 responden (73%) setuju, dan 9 responden (9%) sangat setuju yang juga menjadi bukti bahwa kebutuhan kognitif mayoritas responden telah terpenuhi.

Konten informasi juga menjadi sorotan dimana 70 responden (70%) menyatakan setuju serta sangat setuju sebanyak 5 responden (5%) mengenai konten informasi disajikan pada akun Instagram @bobbynst memuaskan. Lalu pernyataan mengenai kebutuhan integratif sosial responden meliputi pernyataan mengenai apakah responden menceritakan informasi pada akun Instagram @bobbynst kepada orang lain di mana 52 responden (52%) setuju, 6 responden (6%) menyatakan sangat setuju. Lalu 40 responden (40%) tidak setuju serta sebanyak 2 responden (2%) sangat tidak setuju. Lalu terdapat 63 orang responden (63%) merasa setuju ditambah 7 responden (7%) sangat setuju bahwa setelah mengakses akun Instagram @bobbynst kebutuhan dalam berbagi informasi dengan orang lain mengenai Kota Medan terpenuhi. Dapat dikatakan bahwa kebutuhan integratif sosial responden telah terpenuhi.

## Analisis Tabel Silang

Pada analisis tabel silang “Informasi yang disajikan oleh akun Instagram @bobbynst sesuai dengan kebutuhan informasi yang dibutuhkan” dengan “Merasa puas setelah mengakses akun Instagram @bobbynst” menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 63 responden menyatakan setuju bahwa informasi yang disajikan akun Instagram @bobbynst sesuai dengan kebutuhan informasi yang dibutuhkan serta setuju pula bahwa mereka merasa puas setelah mengakses akun Instagram @bobbynst. Lalu pada analisis tabel silang kedua yaitu “Mengakses akun Instagram @bobbynst untuk memperoleh informasi/pengetahuan” dengan “Setelah mengakses akun Instagram @bobbynst kebutuhan untuk memperoleh informasi mengenai Kota Medan terpenuhi” memperoleh hasil bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 61 responden menyatakan setuju bahwa responden mengakses akun Instagram @bobbynst untuk memperoleh informasi/pengetahuan dan juga setuju bahwa setelah mengakses akun Instagram @bobbynst kebutuhan untuk memperoleh informasi mengenai Kota Medan terpenuhi. Sedangkan analisis tabel silang yang terakhir yaitu “Isi konten informasi yang disajikan oleh akun Instagram @bobbynst sudah sesuai berdasarkan fakta” dengan “Kebutuhan berbagi informasi dengan orang lain terpenuhi setelah mengakses akun Instagram @bobbynst” mendapati hasil bahwa 61 responden menyatakan setuju bahwa konten informasi yang disajikan oleh akun Instagram @bobbynst sudah sesuai berdasarkan fakta dan juga setuju bahwa setelah mengakses akun Instagram @bobbynst kebutuhan berbagi informasi dengan orang lain menjadi terpenuhi.

## Uji Hipotesis

Berdasarkan uji hipotesis pada tabel 4.37 di atas menggunakan aplikasi pengolahan data SPSS versi 26, diperoleh hasil koefisien korelasi ( $r_s$ ) sebesar 0.692 dengan nilai signifikansi ( $Sig. (2-tailed)$ ) = 0.000 yang memiliki arti bahwa nilai signifikansi  $< 0.05$  menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan, sehingga  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima yakni terdapatnya hubungan antara pengaruh penggunaan akun media sosial Instagram @bobbynst terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* di Kota Medan. Kemudian seberapa besar hubungan atau peran yang terjadi, maka dapat dilakukan uji determinasi sebagai berikut:

$$D = (r_s)^2 \times 100\%$$

$$D = (0,692)^2 \times 100\%$$

$$D = 48\%$$

Berdasarkan hasil di atas, maka pengaruhnya adalah sebesar 48%.



## Pembahasan

Setelah rangkaian penelitian yang telah dilakukan, maka penelitian ini menemukan bahwa dalam penggunaan akun media sosial Instagram @bobbynst, sebanyak 69 responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa mereka sering melihat/mengakses akun Instagram @bobbynst serta sebesar 75% menggunakan atau mengakses akun Instagram @bobbynst untuk memperoleh informasi atau pengetahuan. Dalam hal pemenuhan kebutuhan informasi, sebanyak total 75% responden menyatakan setuju dan sangat setuju mengenai pernyataan bahwa setelah mengakses akun Instagram @bobbynst kebutuhan responden memperoleh informasi mengenai Kota Medan terpenuhi. Kemudian setelah melakukan uji hipotesis tentang tata jenjang (*Rank Order Correlation Coeficient*) oleh Spearman dengan menggunakan SPSS versi 26, diperoleh nilai koefisien korelasi ( $r_2$ ) sebesar 0,692 dengan angka signifikansi (Sig. (2-tailed)) = 0.000 yang berarti nilai signifikan  $< 0,05$  menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menjelaskan bahwa adanya pengaruh penggunaan akun media sosial Instagram @bobbynst terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* di Kota Medan dengan pengaruh sebesar 48% dari hasil uji determinasi.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

1. Penggunaan akun media sosial Instagram @bobbynst sering digunakan oleh *followers* di Kota Medan. Sebanyak 69 responden (69%) setuju bahwa mereka sering melihat/mengakses akun Instagram @bobbynst
2. Dari segi pemenuhan informasi, dapat dilihat bahwa sebanyak 75% menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa kebutuhan akan informasi menjadi terpenuhi setelah mengakses akun Instagram @bobbynst
3. Hasil penelitian yang telah melalui perhitungan hasil uji hipotesis dengan menggunakan rumus Spearman (*Rank Order Correlation Coeficient*) dengan aplikasi SPSS versi 26, diperoleh nilai koefisien korelasi ( $r_2$ ) sebesar 0,692 dengan angka signifikansi (Sig. (2-tailed)) = 0.000 yang berarti nilai signifikan  $< 0,05$  menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### Saran

1. Saran dalam Kaitan Akademis  
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak yang membutuhkan informasi dan dapat menambah pengetahuan mengenai Ilmu Komunikasi yang memiliki kesamaan tema penelitian.
2. Saran dalam Kaitan Praktis  
Penelitian ini memiliki sifat korelasional. Adanya penelitian ini diharapkan akan menjadi tolak ukur dan referensi bagi pengelola akun Instagram @bobbynst agar akun tersebut lebih baik dalam memberikan informasi mengenai Kota Medan bagi *followers*.

## DAFTAR REFERENSI

- Bungin, Burhan. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial : Format – Format Kuantitatif dan Kualitatif*, Surabaya : Airlangga University Pers
- Darmawan, Deni. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT RemajaRosdakarya Offset.
- Humaizi. (2017). *Teori Komunikasi Uses and Gratification Theory*. Medan: USU Press
- McQuail, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa Edisi 6 Buku 1*. Jakarta :Salemba Humanika.
- Nawawi, Hadari. (2001). *Metode Penelitian Bidang Sosial Ed. 14*. Yogyakarta:UGMPress.
- Rakhmat, Jalaludin. (2018). *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: SimbiosisRekatama Media.
- Yusup, M. P. & Subekti. P. (2010). *Teori dan Praktek Penelusuran Informasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.