

## Pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna media sosial

R. Ismira Febrina<sup>1\*</sup>, Ummu Salamah, Gina Sakinah  
Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Garut, Garut, Indonesia  
\*Email korespondensi: ismirafebrina@uniga.ac.id

Diterima: 12 Maret 2024; Direvisi: 18 April 2024; Terbit: 30 April 2024

### **Abstract**

*The development of the internet has had a significant impact, especially in terms of increasingly advanced technology. Currently, social media is the most widely accessed source for obtaining information. Info Garut is a news account that uses Instagram social media. Quality information is a measure of how well the information is presented completely. Information quality is a measure of how clearly the information and knowledge is published or conveyed to the public. So the quality of information is an important factor in social media user satisfaction. The aim of this research is to explain the influence of information quality on social media user satisfaction. The method used in this research is a descriptive study method with a quantitative approach. The data analysis technique in this research uses primary and secondary data. The data collection techniques used were interviews with informants, observation, documentation and distribution of questionnaires to a population of 277,000 Instagram followers @infogarut. The sampling technique used was purposive sampling with a total of 100 respondents with certain criteria. The research results show that the quality of information on the satisfaction of Instagram social media users has a significant influence. The influence of information quality on the satisfaction of Instagram social media users on the @Infogarut account is quite strong in the aspects of accurate, timely and completely relevant. So, the big influence of information quality on the dimensions: Accurate is 56.1%, timely is 49.8%, relevant is 6.62, complete is 5.57%.*

**Keywords:** Instagram; information quality; satisfaction.

### **Abstrak**

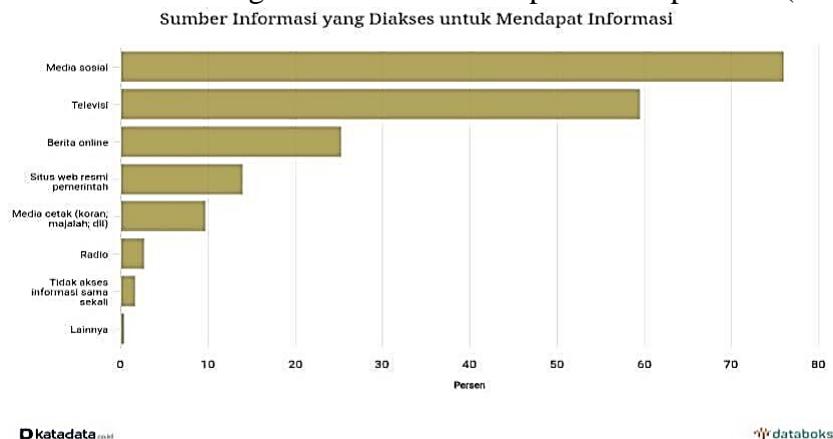
Perkembangan internet memberikan dampak yang signifikan, terutama dalam hal teknologi yang semakin maju. Saat ini media sosial menjadi sumber yang paling banyak diakses untuk mendapatkan informasi. Info Garut merupakan salah satu akun berita yang memanfaatkan media sosial instagram. Informasi berkualitas menjadi tolak ukur seberapa baik informasi itu disajikan dengan lengkap. Kualitas informasi merupakan suatu ukuran tentang seberapa jelas informasi dan pengetahuan tersebut dimuat atau disampaikan ke publik. Maka kualitas informasi menjadi faktor penting dalam kepuasan pengguna media sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna media sosial. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode studi deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan data primer dan skunder. Teknik pengumpulan data yang digunakanyaitu wawancara dengan informan, observasi, dokumentasi serta penyebaran kuesioner dengan jumlah populasi 277.000 pengikut instagram @infogarut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu purposive sampling dengan total 100 responden dengan kriteria tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna media sosial instagram memiliki pengaruh signifikan. Pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna media sosial instagram pada akun @Infogarut tergolong cukup kuat pada aspek akurat, tepat pada waktunya, relevan lengkap. maka, besar pengaruh kualitas informasi terhadap dimensi Akurat sebesar 56,1%, tepat pada waktunya sebesar 49,8%, relevan sebesar 6,62, lengkap sebesar 5,57%.

**Kata-kata kunci:** Instagram; kualitas informasi; kepuasan.

## Pendahuluan

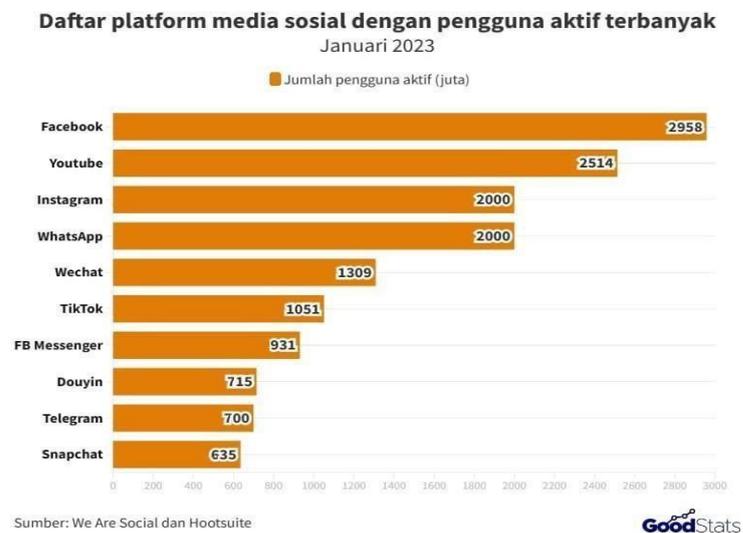
Pesatnya perkembangan internet memberikan dampak yang signifikan bagi kehidupan, terutama dalam hal teknologi yang terus maju. Perkembangan dimulai dari proses sederhana dalam kehidupan sehari-hari sampai pada tingkat pemenuhan kepuasan sebagai individu dan makhluk social dalam berbagai aspek, termasuk dalam berkomunikasi (Febrina et al., 2023). Adanya internet membantu setiap individu untuk saling terhubung satu dengan yang lainnya tanpa adanya batasan jarak dan waktu (Kurniawan & Irwansyah, 2021). Kemajuan internet yang pesat memungkinkan akses informasi di mana saja dan kapan saja. Internet sangat bermanfaat bagi masyarakat dalam hal pekerjaan dan informasi. Setiap individu sangat membutuhkan informasi untuk mencapai tujuannya. Teknologi dan informasi memainkan peran yang penting dalam transformasi manusia. Salah satu contohnya adalah adanya *smartphone* yang membuat informasi lebih mudah diakses dan terbuka. Dengan berbagai kemajuan yang ada, media sosial juga membantu memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Media sosial sendiri adalah platform digital yang memudahkan pengguna dengan berbagai fitur menarik yang dapat diakses kapan saja.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Liedfray et al., 2022) Jejaring sosial itu sendiri ialah situs web di mana setiap orang bisa terhubung dengan jejaring sosial untuk saling memberikan informasi dan komunikasi (Liedfray et al., 2022). Jejaring sosial terbesar adalah *My Face*, *Facebook*, *Instagram* dan *Twitter*. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media penyiaran, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak semua pihak yang berkepentingan untuk berpartisipasi secara terbuka dengan memberikan kontribusi dan komentar, berkomentar dan berbagi informasi secara cepat dan tanpa batas (Cahyono, n.d.).



Grafik 1. Sumber Informasi Yang Diakses Untuk Mendapatkan Informasi Sumber : databoks.katadata.id Juli 2022

Masyarakat Indonesia cenderung memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi yang paling mudah diakses. Hal ini terlihat berdasarkan dalam survei Katadata Insight Center (KIC) yang menunjukkan 76% responden memilih medium tersebut (Humaira, 2022). Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi platform yang sangat populer bagi pengguna internet untuk berinteraksi dengan orang lain dan berbagi informasi. Media sosial ialah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideology dan teknologi web 2.2 dan 2.2 menjadi platform dasar media sosial (Nurpitriah et al., 2023). Namun, ketika menggunakan media sosial, kualitas informasi yang diterima pengguna dapat mempengaruhi kepuasan mereka dalam menggunakan platform tersebut. Kualitas informasi di media sosial dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: keakuratan, kebaruan, relevansi, keragaman, dan kredibilitas informasi yang disajikan. Jika informasi yang diterima pengguna dianggap berkualitas tinggi, pengguna akan puas dengan pengalamannya saat menggunakan media sosial. Kepuasan pengguna dapat mempengaruhi perilaku media sosial pengguna di masa depan, seberapa sering mereka menggunakan platform, berapa lama mereka bertahan di platform, dan seberapa besar kemungkinan mereka akan merekomendasikan platform tersebut kepada orang lain. Oleh karena itu, kualitas informasi yang diterima pengguna di media sosial sangat penting untuk kesuksesan platform tersebut.



**Grafik 2. Platform media sosial dengan pengguna aktif terbanyak**  
Sumber :goodstats.co.id januari 2023

Pengguna Instagram menduduki posisi ketiga setelah *YouTube* (Naurah, 2023), hal tersebut menunjukkan bahwa saat ini Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak diminati oleh banyak orang. Instagram merupakan aplikasi sosial yang terkenal di kalangan pengguna *smartphone*. Nama Instagram diambil dari kata “insta” yang asalnya

“instan” dan “gram” dari kata “Telegram”. Jadi, dapat diartikan Instagram sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto, dan berbagi (*share*) ke jejaring sosial yang lain (Nuraini et al., 2023). Instagram memiliki banyak fitur menarik yang dapat memuaskan penggunanya. Dengan menggunakan Instagram, pengguna dapat berkomunikasi dan berinteraksi melalui fitur seperti *Like*, *Comment*, dan *Direct message*. Di Instagram, pengguna dapat saling mengikuti. Setelah mengikuti pengguna lain, aktivitas pengguna dapat diketahui melalui unggahannya oleh pengguna lain (Naurah, 2023).

Instagram juga dapat digunakan untuk mengirimkan informasi atau mencari informasi, dengan menggunakan informasi gambar atau video sebagai informasi pendukung, disampaikan melalui teks yang tertulis pada judul gambar atau video yang diunggah ke Instagram. Informasi penting untuk meningkatkan pengetahuan. Pentingnya informasi memotivasi setiap individu untuk mencari informasi yang paling efektif dan akurat untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Siapapun bisa membaca berita baik online maupun cetak (Safriana & Samatan, 2022).

Saat ini media sosial tidak hanya untuk kegiatan berbagi, namun banyak media konvensional yang beralih ke digital. Hal itu mempermudah kita untuk mendapatkan informasi. Instagram menarik banyak orang dengan berbagai fitur tersedia dan selalu *update* mengikuti zaman. Fitur yang disediakan cukup lengkap, termasuk salah satu diantaranya untuk mencari informasi. Salah satu akun berita yang memanfaatkan Instagram sebagai media informasi ialah pada akun @infogarut akun ini Instagram yang memberikan informasi yang terkait segala sesuatu yang terjadi di daerah Garut.

Info garut memanfaatkan Instagram sebagai media informasi terkait segala hal yang terjadi di garut. Terlihat dari postingannya info garut memberikan informasi yang berkualitas sesuai dengan apa yang sedang terjadi di garut. Info garut memenuhi akan kebutuhan informasi pengikutnya, terlihat dari banyaknya pengikut akun instagram @infogarut 252ribu *followers* dengan jumlah postingan sebanyak 8.013 ribu. Jumlah *followers* menjadi salah satu faktor yang membuat orang memilih akun Instagram @infogarut sebagai akun yang layak untuk dijadikan bahan konsumsi berita, tidak hanya itu dari *feedback* yang mereka berikan seperti memberikan *like*, komentar menunjukkan bahwa para pengikut puas akan informasi yang dibagikan tersebut.

Berdasarkan penjelasan yang telah dijelaskan, penelitian ini menggunakan teori *uses and gratifications*. Pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha mencari sumber media terbaik untuk kebutuhan mereka. Menurut

teori ini, konsumen media memiliki kebebasan untuk memilih bagaimana (melalui media) mereka menggunakan media dan akan menjadi apa media tersebut, mempengaruhi mereka. Teori ini juga mengklaim bahwa media dapat melakukan hal-hal yang berdampak negatif bagi kehidupan. Ini tidak berpengaruh pada perilaku atau pilihan acara yang ingin anda tonton (Parveen, 2017).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel yaitu variabel X = kualitas informasi Y= kepuasan pengguna media sosial. Kualitas informasi menurut McLeod dan Schell (2007:46): “Informasi dianggap berkualitas tinggi jika memiliki dimensi sebagai berikut: Akurat, relevan, tepat waktu dan lengkap.” DeLone dan McLean (2003) juga mengungkapkan indikator untuk mengukur kepuasan pengguna, yaitu sebagai berikut: 1) Kepuasan informasi (surveilans) 2) Identitas pribadi 3) Kepuasan integritas dan interaksi sosial 4) Kepuasan hiburan (diversion) (Patalo et al., 2021).

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *uses and gratifications*. Blumler dan Katz menyatakan bahwa pengguna media aktif dalam memilih dan menggunakan media. Pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha mencari sumber media terbaik untuk kebutuhan mereka. Menurut teori ini, konsumen media memiliki kebebasan untuk memilih bagaimana (melalui media) mereka menggunakan media dan akan menjadi apa media tersebut, mempengaruhi mereka. Teori ini juga mengklaim bahwa media dapat melakukan hal-hal yang berdampak negatif bagi kehidupan. Ini tidak berpengaruh pada perilaku atau pilihanacara yang ingin anda tonton (Child, J. T., & Haridakis, 2018).

Penelitian tentang pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna media sosial berkaitan dengan beberapa penelitian sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Sarah Hutagaol “Pengaruh Isi Pesan Tweet @Metro\_Tv Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Komunikasi Untirta 2012-2014”. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat korelasi yang kuat antara variabel isi tweet @Metro\_TV dengan variabel pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa ilmu komunikasi Untirta angkatan 2012-2014, yaitu sebesar 0,627. Hipotesis penelitian menunjukkan bahwa isi tweet @Metro\_TV berpengaruh terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa komunikasi Untirta tahun ajaran 2012-2014. Hasil koefisien determinasi sebesar 39,31%, yang berarti isi tweet @Metro\_TV berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Ilmu Komunikasi Untirta tahun 2012-2014, sisanya sebesar 60,69% dipengaruhi oleh faktor lain (Hutagaol, 2015).

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Yoga Maulana Putra dengan judul “Pengaruh

Pengguna Media Sosial Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tugas Akhir (Follower Survey @Ta\_Feb)". Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden memberikan jawaban yang baik untuk memenuhi kebutuhan informasi skripsi. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi dijelaskan bahwa terdapat korelasi yang kuat antara variabel konteks, komunikasi, kolaborasi dan koneksi untuk memenuhi kebutuhan informasi skripsi yaitu sebesar 56,7%, sedangkan sisanya adalah . 43,3% faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis, seperti faktor lisan. Secara keseluruhan, dalam hal pengujian simultan diketahui bahwa konteks, komunikasi, kerjasama dan keterkaitan satu sama lain (simultan) berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi skripsi (Putra, 2015).

Mohamad Iqbal Saputra dan Eko Hartanto melakukan penelitian terkait penelitian ini yang berjudul "Pengaruh Pengguna Media Sosial dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Covid-19 Pada Akun Instagram @kemenkes\_ri" untuk informasi. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Covid-19 *followers* akun Instagram @kemenkes\_ri. Nilai *R-square* atau koefisien determinasi memiliki pengaruh sebesar  $r^2$  sebesar 0,477, nilai ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen sebesar 47,7%. Sisanya sebesar 52,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini (Saputra & Hartanto, 2023).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi dalam penelitian ini adalah : 1) Seberapa besar pengaruh keakuratan (Akurat) informasi terhadap kepuasan pengguna media sosial Instagram @infogarut?; 2) Seberapa besar pengaruh ketepatan (Tepat waktu) informasi terhadap kepuasan pengguna media sosial Instagram @infogarut?; 3) Seberapa besar pengaruh kelengkapan (Lengkap) informasi terhadap kepuasan pengguna media sosial Instagram @infogarut? 4) Seberapa besar pengaruh nilai (Relevan) informasi terhadap kepuasan pengguna media sosial Instagram @infogarut? Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat diketahui tujuan dari ingin mengetahui apakah informasi yang diberikan akun Instagram @infogarut itu berkualitas, sehingga membuat pengikut akun Instagram tersebut puas dalam mendapatkan informasi yang diterima.

### **Metode Penelitian**

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode studi deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan untuk melihat, meninjau dan menggambarkan keadaan subjek dengan angka tentang objek yang diteliti berdasarkan fakta-fakta yang tampak

dalam penelitian ini, penelitian mencari seberapa besar pengaruh kualitas informasi @infogarut (Variabel X) terhadap kepuasan pengguna Media Sosial Instagram (Variable Y). Menurut Sugiyono variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, atau objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Agustian et al., 2019).

Sugiyono juga mengatakan bahwa berdasarkan hubungan antara suatu variabel dengan variabel lain. Terdapat variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas (*Independent Variable*) ialah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Sedangkan variabel terikat (*Dependent Variable*) ialah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas (Agustian et al., 2019). Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Kualitas Informasi (X), dan variabel terikatnya ialah Kepuasan Pengguna Media Sosial Instagram @Infogarut (Y).

Populasi dalam penelitian ini ialah pengguna media sosial yang sudah mengikuti akun Instagram @infogarut yaitu *followers* @infogarut yang berjumlah 252 ribu. Dikarenakan penelitian ini tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh anggota populasi konsumen, maka diambil sampel (Jasmalinda, 2021). Dari jumlah populasi pengikut akun Instagram @infogarut yaitu sebanyak 252 *followers*, maka jumlah sampel yang diperlukan berdasarkan rumus slovin adalah 100 responden. Kriteria yang ditentukan dalam menarik sampel 1) Pengguna media sosial Instagram; 2) Pengguna aktif media sosial Instagram; 3) Pengikut akun Instagram @infogarut. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ialah wawancara dengan informan, observasi, dokumentasi serta penyebaran kuesioner. Penggunaan kuesioner diharapkan akan memudahkan bagi responden dalam memberikan jawaban karena alternatif jawaban sudah disediakan dan hanya membutuhkan waktu yang singkat dalam menjawabnya (Damayani, 2014).

### Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada 100orang responden yang berasal dari pengikut akun Instagram @infogarut yang telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan peneliti.

**Tabel 1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	25	25%
Perempuan	75	75%
Total	100	100%

Sumber: Data Peneliti, 2023

Berdasarkan dari tabel 1 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti,

sebanyak 25 orang responden (25%) adalah responden laki-laki dan 75 orang responden (75%) adalah responden perempuan. Data ini menunjukkan jumlah sampel pada perempuan yang lebih banyak.

**Tabel 2. Jumlah Responden Berdasarkan Usia**

Usia (Tahun)	Jumlah Sampel Responden Followers	%
18-24	90	90%
25-34	7	7%
35-44	3	3%
Total	100	100%

Sumber: Data Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan frekuensi usia responden. Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebanyak 90 responden (90%) berusia 18-24 tahun, sebanyak 7 responden (7%) berusia 25-34 tahun, dan sebanyak 3 responden (3%) berusia 34-44 tahun.

**Tabel 3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Berapa Lama Menggunakan Instagram**

Tahun	Jumlah	Persentase
<1 Tahun	4	4%
2-3 Tahun	11	11%
>3 Tahun	85	85%
Total	100	100%

Sumber: Data Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebanyak 4 responden (4%) menggunakan Instagram kurang dari 1 tahun (<1 tahun), sebanyak 11 responden (11%) menggunakan Instagram sudah 2-3 tahun dan sebanyak 85 responden (85%) yang sudah menggunakan Instagram lebih dari 3 tahun (>3 tahun).

**Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Instagram Sebagai Media Untuk Mencari Informasi**

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Ya	98	98%
Tidak	2	2%
Total	100	100%

Sumber: Data Penelitian, 2023

Berdasarkan tabel 4, menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebanyak 98 responden (98%) menggunakan Instagram sebagai media untuk mencari informasi dan sebanyak 2 responden (2%) tidak menggunakan Instagram sebagai media untuk mencari informasi.

**Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Kepuasan Akan Fittur Yang Disediakan Oleh Instagram**

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Ya	91	91%
Tidak	9	9%
Total	100	100%

Sumber: Data Penelitian, 2023

Berdasarkan tabel 5, menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, sebanyak 91 responden (91%) puas akan fittur yang disediakan oleh Instagram dan 9 responden (9%) tidak puas akan fittur yang disediakan oleh Instagram.

### Uji validitas

Pada penelitian ini menggunakan bantuan program software SPSS versi 25 untuk melakukan pengujian validitas yang dilakukan terhadap 9 pernyataan yang telah dijawab oleh 100 responden. Dalam penelitian ini menggunakan *pearson korelasi product moment* untuk mengukur atau mengetahui masing-masing item pernyataan dari kualitas informasi dan kepuasan pengguna medi sosial yang disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 6. Uji Validitas Variabel X (Kualitas Informasi)**

No. Pertanyaan	R hitung	R tabel	Valid
P1	0,844	0,196	Valid
P2	0,397	0,196	Valid
P3	0,815	0,196	Valid
P4	0,778	0,196	Valid
P5	0,837	0,196	Valid
P6	0,854	0,196	Valid
P7	0,792	0,196	Valid
P8	0,834	0,196	Valid
P9	0,799	0,196	Valid

Sumber: Data Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan hasil terkait uji validitas terhadap Kualitas Informasi yang seluruhnya terdiri dari 9 pernyataan. Menurut hasil pengujian validitas ditetapkan valid jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  dengan  $\alpha=0.05$ , ditetapkan bahwa instrument tersebut adalah valid, sebaliknya apabila  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  dapat ditetapkan bahwa alat ukur tersebut tidak valid. Berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan, maka semua pernyataan mengenai Kualitas Informasi dikatakan valid karena telah diketahui bahwa  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument kuesioner pada penelitian ini yang digunakan untuk mengukur mengenai Kualitas Informasi dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur. Selanjutnya, pengujian validitas terhadap instrumen Kepuasan Pengguna Media Sosial disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 7. Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Pengguna Media Sosial)**

No. Pertanyaan	R hitung	R tabel	Valid
P10	0,798	0,196	Valid
P11	0,790	0,196	Valid
P12	0,781	0,196	Valid
P13	0,862	0,196	Valid
P14	0,788	0,196	Valid
P15	0,815	0,196	Valid
P16	0,889	0,196	Valid
P17	0,819	0,196	Valid
P18	0,763	0,196	Valid
P19	0,723	0,196	Valid
P20	0,736	0,196	Valid

Sumber: Data Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 7, menunjukkan hasil terkait uji validitas terhadap Kepuasan yang seluruhnya terdiri dari 11 pernyataan. Menurut hasil pengujian validitas ditetapkan valid jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  dengan  $\alpha=0.05$ , ditetapkan bahwa instrument tersebut adalah valid, sebaliknya apabila  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  dapat ditetapkan bahwa alat ukur tersebut tidak valid. Berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan, maka semua pernyataan mengenai Kepuasan Pengguna Media Sosial dikatakan valid karena telah diketahui bahwa  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument kuesioner pada penelitian ini yang digunakan untuk mengukur mengenai Kepuasan Pengguna Media Sosial dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur.

### Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah Pengujian untuk menguji sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula (Siregar, 2017). Reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen (kuesioner) yang digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh informasi yang diinginkan dan dapat diandalkan sebagai alat pengumpul data serta mampu mengungkapkan informasi sesungguhnya. Berikut ini adalah hasil pengujian reliabilitas menggunakan Teknik Alpha Cronbach yang disajikan dalam bentuk tabel:

**Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Mengenai Kualitas Informasi**

Variabel	Split-Half Coefficient	Alpha	Keterangan	Item
Kualitas Informasi	0,919	0,6	Reliabel	9

Sumber: Data Peneliti, 2023

Dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas menurut buku (Siregar, 2017) adalah kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliable apabila nilai Cronbach Alpha  $> 0,6$

berdasarkan hasil pengujian, nilai Cronbach Alpha adalah  $0,919 > 0,6$  Nilai tersebut menunjukkan bahwa alat ukur memiliki internal consistency yang sangat baik. Jadi dapat disimpulkan bahwa alat ukur reliable dan dapat dijadikan sebagai alat ukur yang baik. Maka instrumen variabel X (Kualitas Informasi) berdasarkan tabel dapat disimpulkan reliable.

**Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Mengenai Kepuasan**

Variabel	Split-Half Coefficient	Alpha	Keterangan	Item
Kepuasan Pengguna Media Sosial	0,941	0,6	Reliabel	11

Sumber: Data Peneliti, 2023

Berdasarkan nilai Cronbach Alpha adalah  $0,941 > 0,6$  Nilai tersebut menunjukkan bahwa alat ukur memiliki internal consistency yang sangat baik. Jadi dapat disimpulkan bahwa alat ukur reliable dan dapat dijadikan sebagai alat ukur yang baik. Maka instrumen variabel Y (Kepuasan) berdasarkan tabel dapat disimpulkan reliable.

### Pengujian Koefisien Korelasi

Pada penelitian ini bentuk analisis data dengan tujuan untuk mengetahui atau mengukur kekuatan atau suatu arah hubungan di antara dua variabel maupun lebih, serta untuk mengetahui besarnya pengaruh yang disebabkan dari kualitas informasi terhadap kepuasan. Maka dari itu, untuk menentukan eratnya suatu hubungan dapat digunakan penilaian kriteria sebagai berikut:

**Tabel 10. Interval Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00-0.199	Sangat Rendah
0.20-0.399	Rendah
0.40-0.599	Sedang
0.60-0.799	Kuat
0.80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2017

Berdasarkan tabel 4.34, peneliti melakukan uji korelasi untuk memperoleh hasil yang akurat yang disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 11. Koefisien Korelasi Kualitas Informasi dan Kepuasan**

Correlations			
		Kualitas Informasi	Kepuasan Pengguna Media Sosial
Kualitas Informasi	Pearson Correlation	1	.844**

	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuasan Pengguna Media Sosial	Pearson Correlation	.844**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

Sumber: Data Peneliti, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi pada tabel 4.35, nilai korelasi antara Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Media Sosial sebesar 0,844. Maka dapat diketahui bahwa Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Pengguna Media Sosial Pada Akun Instagram Info Garut memiliki hubungan yang sangat kuat dan arah hubungannya ialah positif dengan nilai signifikansi  $0,000 < \alpha = 0,05$ . Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini mengenai Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Pengguna Media Sosial, yang menggunakan Teknik kuesioner daring dengan pengisian google form kepada 100 orang responden yang merupakan pengguna aktif media sosial dan pengikut akun Instagram @infogarut. Setelah data terkumpul kemudian dihitung dan dibahas, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Kualitas Informasi (Akurat) Terhadap Kepuasan Pengguna Media Sosial Pada Akun Instagram Info Garut memiliki peran penting dalam penyampaian informasi juga terdapat pengaruh antara keduanya. Hal itu dihitung dengan menggunakan spss dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $11,185 > 1,661$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  terima. Artinya hipotesis diterima, terdapat pengaruh antara Kualitas Informasi (Akurat) Terhadap Kepuasan Pengguna Media Sosial. Pengaruh Kualitas Informasi Akurat mempunyai hubungan yang kuat terhadap Kepuasan para pengikut akun Instagram InfoGarut.
2. Kualitas Informasi (Tepat Pada Waktunya) Terhadap Kepuasan Pengguna Media Sosial Pada Akun Instagram Info Garut memiliki peran penting dalam penyampaian informasi juga terdapat pengaruh antara keduanya. Hal itu dihitung dengan menggunakan spss dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $9,861 > 1,661$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  terima. Artinya hipotesis diterima, terdapat pengaruh antara Kualitas Informasi (Tepat Pada Waktunya) Terhadap Kepuasan Pengguna Media Sosial. Pengaruh Kualitas Informasi Tepat Waktunya mempunyai hubungan yang kuat terhadap Kepuasan para pengikut akun Instagram Info Garut.
3. Kualitas Informasi (Relevan) Terhadap Kepuasan Pengguna Media Sosial Pada Akun Instagram Info Garut memiliki peran penting dalam penyampaian informasi juga terdapat pengaruh antara keduanya. Hal itu dihitung dengan menggunakan spss dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$

tabel  $13,839 > 1,661$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  terima. Artinya hipotesis diterima, terdapat pengaruh antara Kualitas Informasi (Tepat Pada Waktunya) Terhadap Kepuasan Pengguna Media Sosial. Pengaruh Kualitas Informasi Relevan mempunyai hubungan yang sangat kuat terhadap Kepuasan para pengikut akun Instagram Info Garut.

4. Kualitas Informasi (Lengkap) Terhadap Kepuasan Pengguna Media Sosial Pada Akun Instagram Info Garut memiliki peran penting dalam penyampaian informasi juga terdapat pengaruh antara keduanya. Hal itu dihitung dengan menggunakan spss dimana  $t$  hitung  $> t$  tabel  $11,519 > 1,661$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  terima. Artinya hipotesis diterima, terdapat pengaruh antara Kualitas Informasi (Lengkap) Terhadap Kepuasan Pengguna Media Sosial. Pengaruh Kualitas Informasi Lengkap mempunyai hubungan yang kuat terhadap Kepuasan para pengikut akun Instagram Info Garut

Penelitian ini didukung dengan wawancara, observasi serta dokumentasi yang dilakukan dengan salah satu Dosen di Fakultas Komunikasi dan Informasi Universitas Garut bernama Resty Mustika Pratiwi. Wawancara struktur yang peneliti lakukan mengenai pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna media sosial, Ia mengatakan bahwa:

1. Dimensi Akurat “Dalam menyampaikan informasi harus dari sumber yang jelas kita tidak boleh sembarangan menyebarkan berita, karena itu nantinya akan menjadi berita bohong. Informasi yang kita terima harus senantiasa disaring dulu kebenarannya jangan sembarangan memposting berita dan membagikannya, Kita tidak boleh langsung percaya pada suatu informasi perlu ditinjau lagi kebenarannya. Kita tidak boleh memposting suatu hal yang tidak terjadi apalagi hanya untuk viral”.
2. Dimensi Tepat Pada Waktunya “agar informasi itu dikatakan berkualitas maka informasi itu harus selalu *update* terkait informasi terkini karena kalo tidak maka orang-orang akan mencari informasi ke yang lain. Karena pengguna media sosial akan merasa senang apabila kita menemukan berita- berita terbaru, dan apabila kita menemukan informasi yang sudah lama namun baru di *update* sebagai pengguna media sosial pun tidak merasa senang”.
3. Relevan “informasi harus memberikan manfaat, seperti halnya info garut memberikan informasi terkait adanya jalan santai di garut, maka ketika informasi itu dibagikan pada akun Instagram Info Garut maka semua pembaca menjadi tau adanya informasi tersebut”.
4. Lengkap “kelengkap informasi menjadi hal yang penting agar tidak membingungkan pembacanya. Ibu Resty mengatakan informasi tidak boleh setengah dan tidak boleh juga di lebih-lebihkan hanya karena agar dibaca”.

Dalam teori *uses and gratifications* Blumler dan Katz (1974:65) menyatakan bahwa pengguna media aktif dalam memilih dan menggunakan media. Pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha mencari sumber media terbaik untuk kebutuhan mereka. Maka dari itu kualitas informasi sangat penting dalam kepuasan pengguna media sosial, karena pengguna media akan memilih media mana yang akan mereka pilih. Pengguna media tentu akan memilih media yang terbaik untuk dikonsumsi dalam kehidupan sehari-hari, yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu menurut Fitria Nur Ekatahun 2020 dalam jurnal dengan judul Penggunaan Media Sosial Twitter Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Fitria Nur Eka, 2020) dikatakan bahwa 1. akurat ialah ketika informasi mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Pengujian terhadap hal ini biasanya dilakukan melalui pengujian dari berbagai sumber. 2. Tepat Pada Waktunya ialah informasi itu harus tersedia atau ada pada saat informasi tersebut diperlukan, tidak besok dan tidak beberapa jam kemudian. 3. Relevan ialah ketika informasi yang diberikan harus sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. 4. Lengkap ialah ketika informasi harus diberikan secara lengkap dan tidak menimbulkan tafsir yang salah akan informasi tersebut. Informasi yang diberikan akun instagram Info Garut selalu memposting berita dengan dokumentasi kejadiannya agar para pengikutnya percaya bahwa informasi yang diberikan akun instagram Info Garut itu sesuai dengan fakta. Selain itu juga info garut selalu memberitaukan tempat kejadiannya agar tidak membingungkan para pembacanya. Apabila informasi berasal dari sumber lain akun instagram Info Garut mencantumkan sumbernya.

Informasi yang diberikan akun instagram Info Garut selalu *update* terlihat dari postingannya selalu ada setiap harinya, ini menunjukkan bahwa akun instagram Info Garut tidak ketinggalan berita. Informasi yang diberikan oleh akun instagram Info Garut selalu dicantumkan hari, tanggal beserta jamnya, ini menunjukkan kepada pembacanya bahwa apabila informasinya sudah lama pun pembaca dapat mengetahuinya. Informasi yang diberikan akun instagram Info Garut sudah sesuai dengan kebutuhan para pengikutnya, terlihat dari postingannya akun instagram Info Garut memberikan informasi apa saja yang sedang terjadi di garut. Sesuai dengan nama akun instagramnya maka orang garut pun akan tahu kalo akun info garut tersebut memberikan informasi yang terjadi pada daerah garut. Informasi yang diposting oleh akun instagram Info Garut dipostingnya selalu mencantumkan *caption* terkait informasi yang sedang dibagikan. Info Garut juga mempunyai *website* dan apabila informasinya kurang jelas dalam *caption* selalu memberitahu kalo informasi yang lebih jelasnya ada di *website*

mereka.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dari hasil analisis pada penelitian ini mengenai Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Pengguna Media Sosial, Info Garut berhasil memberikan informasi yang berkualitas kepada pengikutnya. Terlihat dari jawaban para pengikut akun Instagram Info Garut, dari pengisian *google form* kepada 100 orang responden memiliki respon yang positif, yang berarti Info Garut memang disukai oleh para pengikutnya akan informasi yang disajikan. Di perkuat dengan wawancara, observasi serta dokumentasi dapat diketahui hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna Media Sosial pada Akun Instagram Info Garut dimana hubungan antara Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna Media pada Akun Instagram Info Garut memiliki hubungan yang kuat. Kesimpulan dari sub hipotesis bahwa: Terdapat Pengaruh antara Kualitas Informasi Terhadap Pengguna Media Sosial dengan aspek akurat pada pengikut Instagram Info Garut. Hal ini memiliki arti bahwa kualitas informasi memiliki peran penting dalam kejelasan informasi dan tidak menyesatkan yang ada pada kualitas informasi. Sehingga kualitas informasi memiliki pengaruh yang kuat terhadap Kepuasan Pengguna Media Sosial. Terdapat Pengaruh antara Kualitas Informasi Terhadap Pengguna Media Sosial dengan aspek Tepat Pada Waktunya pada pengikut Instagram Info Garut. Hal ini memiliki arti bahwa kualitas informasi memiliki peran penting dalam *update* nya terkait informasi terkini dan mesti tepat waktu dalam menyampaikan informasi yang ada pada kualitas informasi. Sehingga kualitas informasi memiliki pengaruh yang kuat terhadap Kepuasan Pengguna Media Sosial. Terdapat Pengaruh antara Kualitas Informasi Terhadap Pengguna Media Sosial dengan aspek Relevan pada pengikut Instagram Info Garut. Hal ini memiliki arti bahwa kualitas informasi memiliki peran penting dalam kesesuaian informasi serta informasi yang bermanfaat yang ada pada kualitas informasi. Sehingga kualitas informasi memiliki pengaruh yang kuat terhadap Kepuasan Pengguna Media Sosial. Terdapat Pengaruh antara Kualitas Informasi Terhadap Pengguna Media Sosial dengan aspek Lengkap pada pengikut Instagram Info Garut. Hal ini memiliki arti bahwa kualitas informasi memiliki peran penting dalam kesesuaian informasi dan informasi yang bermanfaat yang ada pada kualitas informasi. Sehingga kualitas informasi memiliki pengaruh yang kuat terhadap Kepuasan Pengguna Media Sosial.

## Daftar Pustaka

- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1), 42–60. <https://doi.org/10.37676/profesional.v6i1.837>
- Cahyono, A. S. (n.d.). *Adoc.Pub\_140-Anang-Sugeng-Cahyono-Pengaruh-Media-Sosial-Ter.* 140–157.
- Child, J. T., & Haridakis, P. (2018). *Uses and Gratifications Theory. In Engaging Theories in Family Communication.*
- Damayani, D. (2014). Sihapes (Sistem Informasi Hasil Penilaian Siswa) Bagi Sekolah Menengah Pertama Di SMP Negeri 7 Semarang. *Edu Komputika Journal*, 1(2), 52–62.
- Febrina, R. I., Iriany, I. S., & Firdaus, F. S. (2023). Motif Penggunaan Media Sosial Tiktok Bagi Mahasiswa di Kabupaten Garut. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, 9(2), 305–322.
- Humaira, F. R. (2022). *Media Informasi yang Paling Sering Diakses Masyarakat.* Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/20/media-informasi-yang-paling-sering-diakses-masyarakat>
- Hutagaol, S. (2015). *Pengaruh Isi Pesan Tweet @ Metro \_ TV Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untirta.* 32–33. <http://eprints.untirta.ac.id/498/>
- Jasmalinda. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha di Kabupaten Padang Pariaman. *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology.*, 1(10).
- Kurniawan, E. P., & Irwansyah, I. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Pada Media Sosial Melalui Iklan Instagram. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 294–307. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.247>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2.
- Naurah, N. (2023). Daftar Platform Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan 2023, Facebook Juaranya. In *Goodstats.id.*
- Nuraini, N., Aini, C. N., Lestari, K. A., & Kumala Sari, N. A. (2023). Penggunaan Media Sosial Instagram oleh Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. *JIPIS: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi Islam*, 2(2), 99. <https://doi.org/10.31958/jipis.v2i2.9547>
- Nurpitriah, Yusup, E., & Ema. (2023). Pengaruh Instagram @exploresubang terhadap Keputusan Berkunjung ke Tempat Wisata Ciater. *Junral Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 9(2), 271–285.
- Parveen, H. (2017). *Communication Theories: Uses and Gratification, Cultivation, Knowledge Gap M08-Audiences: Uses and Gratification, Cultivation, Knowledge Gap P2-Communications Research Quadrant-I (e-Text) Quadrant-I (e-Text).* September. <https://www.researchgate.net/publication/319879178>
- Patalo, R. G., Rachmawati, I. K., Alvianna, Stella, D., & Hidayatullah, S. (2021). Analisis Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Sosial Media Instagram Pada Akun @bbtnbromotenggersemeru. *Seminar Nasional Kepariwisataaan*, 2(1), 65–77.
- Putra, Y. M. (2015). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tugas Akhir ( Survei Terhadap Followers @Ta \_Fe). *E-Proceeding of Management*, 2(1), 148–155.

- Safriana, S., & Samatan, N. (2022). Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Dan Kualitas Informasi Akun Instagram @Indozone.id Terhadap Kepuasan Followers Generasi Z Dalam Memperoleh Informasi. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(1), 17–25. <https://doi.org/10.24167/jkm.v2i1.3601>
- Saputra, M. I., & Hartanto, E. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Covid-19 Pada Followers Akun Instagram @kemenkes\_ri. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(01), 107–114. <https://doi.org/10.56127/jukim.v2i01.449>