



## Pengaruh Terpaan Media Akun Media Sosial Instagram @Infocegatansukoharjo terhadap Penyampaian Informasi Bagi *Followers*

Hidayah Putra Wijaya<sup>1</sup>, Budi Santoso<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email: [L100200200@student.ums.ac.id](mailto:L100200200@student.ums.ac.id), [bs143@ums.ac.id](mailto:bs143@ums.ac.id)

\*Penulis Korespondensi: [L100200200@student.ums.ac.id](mailto:L100200200@student.ums.ac.id)

**Abstract.** *This study analyzes the influence of media exposure from the Instagram account @infocegatansukoharjo on the dissemination of information to its followers. This study was motivated by the growing role of Instagram as a local digital communication medium capable of delivering information quickly, conveniently, and in a way that meets the needs of the Sukoharjo community. This study employs a quantitative approach using an online survey of 114 respondents who are followers of the @infocegatansukoharjo account. Media exposure was measured using the indicators of frequency, duration, and attention, while information delivery was measured using information satisfaction, self-identity, integration, and entertainment. The data were analyzed using descriptive statistics and simple linear regression. The results show that media exposure has a positive and significant effect on information delivery, with a significance value of 0.000, a t-value of 11.489, and a coefficient of determination of 54.1%. These findings indicate that the @infocegatansukoharjo account plays a crucial role in strengthening the dissemination of local information via Instagram.*

**Keywords:** *Digital Communication; Followers; Information Dissemination; Instagram; Media Exposure.*

**Abstrak.** Penelitian ini menganalisis pengaruh terpaan media akun Instagram @infocegatansukoharjo terhadap penyampaian informasi bagi followers. Kajian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya peran Instagram sebagai media komunikasi digital lokal yang mampu menyajikan informasi secara cepat, praktis, dan berbasis kebutuhan masyarakat Sukoharjo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei online terhadap 114 responden yang merupakan *followers* akun @infocegatansukoharjo. Variabel terpaan media diukur melalui indikator frekuensi, durasi, dan atensi, sedangkan penyampaian informasi diukur melalui kepuasan informasi, identitas diri, integrasi, dan hiburan. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan media berpengaruh positif dan signifikan terhadap penyampaian informasi, dengan nilai signifikansi 0,000, nilai t hitung 11,489, dan koefisien determinasi sebesar 54,1%. Temuan ini menunjukkan bahwa akun @infocegatansukoharjo berperan penting dalam memperkuat penyebaran informasi lokal melalui Instagram.

**Kata Kunci:** Followers; Instagram; Komunikasi Digital; Penyampaian Informasi; Terpaan Media.

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial, terutama Instagram, telah memberikan dampak signifikan terhadap cara penyampaian informasi (Atmojo, 2021). Salah satu akun media sosial yang aktif menyampaikan informasi di tingkat lokal adalah @infocegatansukoharjo di Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pengaruh terpaan media akun tersebut terhadap penyampaian informasi kepada para *followersnya* di wilayah Sukoharjo.

Komunikasi massa menurut (McQuail, 2010) merupakan proses komunikasi yang melibatkan masyarakat secara luas, dengan media massa sebagai institusi resmi yang berperan di dalamnya. Menurut McQuail, komunikasi massa berada pada posisi tertinggi dalam piramida proses komunikasi sosial, di mana penyampai pesan adalah organisasi formal, pesan yang disampaikan bersifat satu arah, tidak pribadi, serta mencapai audiens yang luas namun tidak teridentifikasi.

Dalam era globalisasi yang ditandai oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, perubahan mendasar terjadi dalam cara kita mengakses dan menyebarkan informasi (Dida et al., 2019). Media sosial, sebagai produk dari revolusi digital, telah menjadi sarana utama bagi individu, kelompok, dan organisasi untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan membentuk opini. Salah satu *platform* media sosial yang kini mendominasi adalah Instagram, yang memungkinkan pengguna untuk membagikan foto, video, dan berbagai konten visual dengan cepat dan mudah. Di tengah maraknya penggunaan Instagram, akun-akun yang berfokus pada penyampaian informasi lokal muncul sebagai agen penting dalam menghubungkan masyarakat dengan perkembangan terkini di sekitar mereka.

Sukoharjo, sebuah kabupaten di Jawa Tengah, Indonesia, tidak terkecuali dari perubahan dinamika media sosial ini. Sebagai wilayah yang terus berkembang, kebutuhan akan informasi yang cepat dan akurat semakin meningkat. Dalam konteks ini, akun Instagram @infocegatansukoharjo muncul sebagai inisiatif lokal yang berkomitmen untuk menyediakan informasi terkini kepada masyarakat Sukoharjo. Akun ini mencoba menjadi jembatan antara pemerintah, pelaku usaha, komunitas, dan masyarakat umum dengan menyajikan informasi seputar berita lokal, acara, promosi produk lokal, dan informasi-informasi praktis lainnya (Aripradono, 2020).

Namun, fenomena ini tidak hanya menciptakan peluang baru tetapi juga membawa tantangan baru. Dalam konteks media sosial, terpaan atau paparan (*exposure*) menjadi kata kunci yang mewarnai dinamika berbagi informasi. Terpaan media sosial mengacu pada sejauh mana suatu konten dapat diakses, dilihat, dan dihadapi oleh pengguna. Oleh karena itu, pertanyaan mendasar muncul: Sejauh mana terpaan media akun @infocegatansukoharjo di Instagram dalam konteks penyampaian informasi bagi para pengikutnya di Sukoharjo.

Dalam latar belakang ini, akan dibahas beberapa aspek yang memotivasi dan mengarahkan penelitian ini. Pertama-tama, kita perlu memahami peran sentral media sosial, terutama Instagram, dalam membentuk pola konsumsi informasi masyarakat modern. Kedua, fokus akan dialihkan ke fenomena lokal di Sukoharjo, dengan mempertimbangkan kebutuhan informasi dan peran akun @infocegatansukoharjo. Ketiga, akan diuraikan secara lebih mendalam mengenai konsep terpaan media sosial dan bagaimana hal ini dapat diukur dan dianalisis. Keempat, relevansi penelitian ini dengan tren riset terkini dan potensinya untuk memberikan kontribusi pada pemahaman kita tentang peran media sosial dalam menyampaikan informasi lokal akan dikemukakan (Shanaz & Irwansyah, 2021).

Instagram, sebagai salah satu media sosial paling populer, menonjol dengan fokusnya pada konten visual. Dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan per Februari 2022, Instagram tidak hanya menjadi tempat untuk berbagi momen pribadi tetapi juga platform untuk memperoleh informasi, mengikuti tren, dan terlibat dalam diskusi. Keberhasilan Instagram dalam mengintegrasikan elemen visual, seperti gambar dan video, memberikan pengalaman yang menarik dan lebih langsung kepada penggunanya. Masyarakat modern cenderung lebih memilih informasi yang disajikan secara visual, singkat, dan mudah dicerna. Instagram, sebagai platform yang memungkinkan penyampaian pesan melalui gambar dan video, memenuhi kebutuhan ini dengan baik. Oleh karena itu, menjadi relevan untuk meneliti peran Instagram sebagai media penyampaian informasi, khususnya dalam konteks akun lokal seperti @infocegatansukoharjo. Dalam konteks ini, media sosial memiliki peran yang krusial dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat lokal. Seiring dengan itu, akun-akun media sosial yang berfokus pada informasi lokal, seperti @infocegatansukoharjo di Instagram, muncul sebagai sumber utama informasi bagi masyarakat Sukoharjo. Akun ini berkomitmen untuk memberikan berbagai informasi seputar kegiatan, berita lokal, promosi usaha, dan berbagai kegiatan komunitas yang relevan dengan kehidupan sehari-hari penduduk Sukoharjo.

Konsep terpaan media sosial menjadi fokus utama penelitian ini. Terpaan media sosial mengacu pada sejauh mana suatu konten dapat dijangkau dan diakses oleh pengguna media sosial. Terpaan dapat diukur melalui berbagai metrik, termasuk jumlah tampilan, *like*, komentar, dan berbagi.

Dalam konteks Instagram, terpaan juga dapat mencakup penggunaan tagar (*hashtag*) dan fitur-fitur seperti Instagram Stories atau Reels. Pengukuran terpaan media sosial bukan hanya sekadar menghitung angka, tetapi juga mencoba memahami interaksi dan keterlibatan pengguna dengan konten. Sebuah postingan yang mendapatkan ribuan *like* mungkin menunjukkan tingkat terpaan yang tinggi, tetapi jika interaksi lebih lanjut seperti komentar atau berbagi tidak banyak, hal itu mungkin menandakan kurangnya keterlibatan yang sesungguhnya.

Dalam konteks penelitian ini, terpaan media sosial akun @infocegatansukoharjo diukur dengan mempertimbangkan jumlah interaksi pada setiap postingan, jumlah pengikut, serta penggunaan tagar dan fitur-fitur Instagram lainnya (Harahap & Dewi, 2022). Data ini kemudian akan dianalisis untuk memberikan gambaran tentang seberapa efektif akun tersebut dalam mencapai dan terlibat dengan masyarakat Sukoharjo.

Riset terkini dalam bidang media sosial menyoroti kompleksitas hubungan antara terpaan media dan efektivitas penyampaian pesan. Faktor-faktor seperti algoritma media sosial,

kecenderungan pengguna untuk menyaring informasi, dan dinamika perilaku online semakin menjadi fokus penelitian. Penelitian ini mencoba menyumbangkan pemahaman baru terkait dengan pengaruh terpaan media sosial pada tingkat lokal, khususnya dalam konteks akun @infocegatansukoharjo di Instagram. Fenomena ini tidak terlepas dari dinamika lokal, seperti yang terlihat dalam kebutuhan informasi di Sukoharjo dan peran akun Instagram @infocegatansukoharjo. Dalam konteks inilah konsep terpaan media sosial menjadi krusial, menciptakan landasan penelitian yang kuat untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam memahami dampak terpaan media sosial pada penyampaian informasi di tingkat lokal dan potensinya untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan.

Penelitian terdahulu ditemukan bahwa mayoritas pengikut dari media sosial Instagram dan memperlihatkan adanya pengaruh absolut antara terpaan media di akun Instagram @jajansolo terhadap penyampaian informasi pada *followers* (Fatra & Santoso, 2025). Dalam penelitian serupa ditemukan bahwa terpaan konten akun Instagram @herybuss memiliki pengaruh yang kuat terhadap tingkat kepercayaan *followers* (Aliyah et al., 2024). Konsep ini sama dengan tujuan penelitian ini yaitu pengguna dapat memilih apakah media yang dikonsumsi dapat memberikan respon kepada penggunanya.

Urgensi dari penelitian ini memiliki signifikansi dalam memberikan pemahaman lebih lanjut tentang pengaruh terpaan media sosial terhadap penyampaian informasi di tingkat lokal. Hasil penelitian dapat menjadi dasar untuk pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif pada platform media sosial, khususnya melalui akun @infocegatansukoharjo di Instagram. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi terpaan media, penyelenggara akun dapat meningkatkan dampaknya dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat Sukoharjo.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh terpaan media akun tersebut terhadap penyampaian informasi di kalangan *followers*nya.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memberikan kerangka analitis yang sistematis untuk mengukur dan menganalisis variabel-variabel dalam penelitian ini secara numerik. Metode survei memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dari populasi pengikut @infocegatansukoharjo di Instagram secara efisien. Dengan menggunakan metode ini,

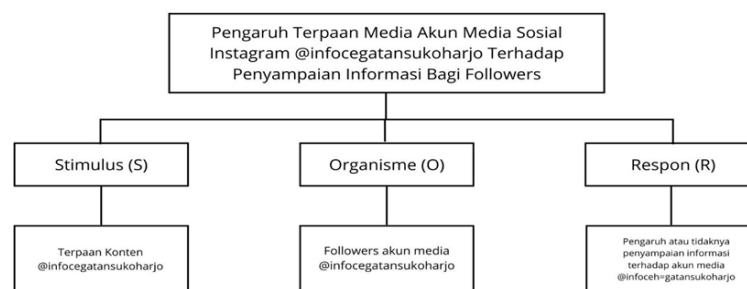
penelitian dapat menghasilkan data kuantitatif yang valid dan dapat diukur untuk menjawab pertanyaan penelitian dengan lebih akurat (Bungin, 2017).

Populasi penelitian ini terdiri dari *followers* akun @infocegatansukoharjo di Instagram. *Followers* ini mewakili masyarakat Sukoharjo yang aktif mengikuti akun tersebut untuk mendapatkan informasi terkini. Sampel akan diambil secara acak dari populasi tersebut untuk mencapai representasi yang seimbang (Noor, 2011). Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih akurat tentang persepsi dan interaksi *followers* terhadap konten yang disajikan oleh akun @infocegatansukoharjo

Pengumpulan data dilakukan melalui survei online menggunakan kuesioner yang memberikan keleluasaan bagi responden untuk mengisi tanpa batasan lokasi dan waktu. Kuesioner disusun untuk mengukur aspek yang relevan dengan penelitian, meliputi tingkat terpaan media, jenis informasi yang disampaikan, serta persepsi *followers* terhadap akun Instagram @infocegatansukoharjo

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan metode variable deskriptif dan analisis regresi. Analisis deskriptif akan digunakan untuk merumuskan gambaran umum tentang variable-variabel yang diamati, seperti tingkat terpaan media dan tingkat kepuasan pengguna (Noor, 2011). Sementara itu, analisis regresi akan membantu mengidentifikasi hubungan antara variable tersebut.

### Kerangka Pemikiran



**Gambar 1.** Kerangka Pemikiran

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Penelitian

Penelitian ini melibatkan sampel berjumlah 114 responden yang merupakan *followers* dari @infocegatansukoharjo. Pada variabel terpaan konten instagram @infocegatansukoharjo terdapat tiga dimensi indikator yang akan diukur yaitu frekuensi, durasi dan atensi. Sedangkan variabel penyampaian informasi bagi *followers* (Y) terdapat empat indikator yaitu kepuasan

informasi, kepuasan identitas diri, kepuasan integrasi dan kepuasan hiburan hipotesis penelitiannya sebagai berikut:

Ho: Akun media social instagram @infocegatansukoharjo tidak mempengaruhi penyampaian informasi bagi *followers*.

Ha: Akun media social instagram @infocegatansukoharjo mempengaruhi penyampaian informasi bagi *follower*.

### Uji Validitas

Penelitian ini menganalisis uji validitas dengan menggunakan korelasi *product moment pearson*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 114 kuisisioner dengan signifikansi 10%. Sehingga mendapatkan nilai hasil sebagai berikut:

**Tabel 1. Rangkuman Tes Validitas Variabel X**

Item Soal	R Tabel	R Hitung	Keterangan
X1	0,361	0,631	Valid
X2	0,361	0,524	Valid
X3	0,361	0,491	Valid
X4	0,361	0,526	Valid
X5	0,361	0,406	Valid
X6	0,361	0,412	Valid
X7	0,361	0,560	Valid
X8	0,361	0,638	Valid

Sumber: Diolah oleh penulis (2026)

**Tabel 2. Rangkuman Tes Validitas Variabel Y**

Item Soal	R Tabel	R Hitung	Keterangan
Y1	0,361	0,594	Valid
Y2	0,361	0,530	Valid
Y3	0,361	0,267	Tidak Valid
Y4	0,361	0,518	Valid
Y5	0,361	0,513	Valid
Y6	0,361	0,647	Valid
Y7	0,361	0,316	Tidak Valid
Y8	0,361	0,370	Valid

Sumber: Diolah oleh penulis (2026)

Berdasarkan tabel 2, dinyatakan valid jika R hitung > R tabel dengan nilai signifikansi 10%. Dari hasil uji validitas menunjukkan seluruh variabel independent (X) dikatakan valid karena hasil uji menunjukkan bahwa R hitung > R tabel, sedangkan pada variabel dependent (Y) terdapat 2 variabel yang dinyatakan tidak valid karena R hitung < R tabel.

### Uji Reabilitas

Dengan uji reabilitas dapat mengetahui suatu ukuran instrument secara konsisten. Jika pada ukuran reabilitas dihasilkan data yang konsisten. Maka penelitian.

**Tabel 3. Uji Reabilitas Variabel X**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.680	8

Sumber: Diolah oleh penulis (2026)

Tabel 3, menunjukkan bahwa *cronbach's alpha* sebesar  $0,680 > 0,6$ . Maka dapat disimpulkan bahwa koefisien dinyatakan *reliable*.

**Tabel 4.** Uji Reabilitas Variabel Y

<i>Reliability Statistics</i>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.609	8

Sumber: Diolah oleh penulis (2026)

Tabel 4, menunjukkan bahwa *cronbach's alpha* sebesar  $0,609 > 0,6$ . Maka dapat disimpulkan bahwa koefisien dinyatakan *reliable*.

### Uji Normalitas

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam menggunakan CLT dengan jumlah sampel yaitu jika sampel  $N > 30$  maka dapat disimpulkan bahwa CLT akan semakin akurat atau semakin mendekati distribusi normal. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 110 dengan jumlah tersebut maka menunjukkan bahwa sampel lebih dari 30, maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini normal.

### Uji Regresi Linier Sederhana

Tujuan uji Analisis Regresi Linear Sederhana yaitu untuk memprediksi seberapa besar hubungan secara linear antara satu variabel (X) yaitu terpaan akun media social instagram @infocegatansukoharjo dan variabel (Y) yaitu penyampaian informasi bagi *followers*. Perhitungan ini menggunakan bantuan SPSS. Adapun hasil dari uji analisis linier sederhana dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 5.** Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.669	1.446		6.685	.000
	X	.639	.056	.736	11.489	.000

a. Dependent Variable: *penyampaian informasi bagi followers*

Sumber: Diolah oleh penulis (2026)

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa, nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti terdapat hubungan antara terpaan akun media *social insatgram @infocegatansukoharjo* (X) dan penyampaian informasi bagi *followers* (Y).

### Uji Hipotesis (Uji T)

Uji ini digunakan untuk membandingkan antara nilai terhitung dengan nilai tabel untuk mendapatkan kesimpulan.  $H_a$  akan diterima apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  dan  $H_o$  akan diterima jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ .

**Tabel 6.** Hasil Uji T

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.669	1.446		6.685	.000
	X	.639	.056	.736	11.489	.000

a. Dependent Variable: penyampaian informasi bagi *followers*

Sumber: Diolah oleh penulis (2026)

Dari hasil perhitungan t hitung sebesar 11.489. Jika dibandingkan t tabel (0,05) dengan tingkat kepercayaan 1.660 dan mendapati hasil uji hitung 11.489, maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak yang berarti terdapat pengaruh signifikan dari terpaan akun media social instagram @infocegatansukoharjo terhadap penyampaian informasi bagi *followers*.

### Uji Koefisien Deteerminasi (Uji F)

**Tabel 7.** Hasil Uji F

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736 <sup>a</sup>	.541	.537	1.982

a. Predictors: (Constant), X

Sumber: Diolah oleh penulis (2026)

Setelah r hitung diketahui sebesar 0,736 maka selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap nilai variabel Y dengan menggunakan koefisien determinan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel X terhadap Y sebesar 54% dan selebihnya yaitu 46% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

### Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data diatas, maka diperoleh hasil bahwa variabel (X) terpaan akun media social instagram @infocegatansukoharjo mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel (Y) penyampaian informasi bagi *followers*. Hal ini ditunjukkan dengan adanya garis korelasi antara pengaruh terpaan akun media social instagram @infocegatansukoharjo 54% terhadap penyampaian informasi bagi *followers*. Dengan jumlah koefisien determinasi tersebut maka berarti terdapat faktor penting lainnya yang menjadi alasan seseorang memiliki terpaan akun media *social instagram* @infocegatansukoharjo terhadap penyampaian informasi bagi *followers*.

Berdasarkan hasil penelitian (Nurul & Ikhma, 2022) menunjukkan bahwa tabel korelasi yang telah dilakukan pada penelitian ini yaitu 0.517 yang berarti tergolong kuat. terpaan media Instagram untuk @Pekanbarukuliner menunjukkan hasil keseluruhan dengan tingkat kategori

baik atau tinggi. Ini menunjukkan bahwa terpaan media memiliki peran yang signifikan dalam memenuhi permintaan pengikut.

Hasil dari penelitian tersebut didukung oleh (Andarini et al., 2024) hasil penelitian menunjukkan bahwa ada Pengaruh antara Terpaan Pada Akun Instagram @indozone.id Terhadap Kebutuhan Informasi *Followers*. Berdasarkan hasil penelitian memperoleh hasil bahwa, Frekuensi, Durasi dan Intensitas, masing-masing memiliki pengaruh terhadap kebutuhan informasi yang terdiri dari *Current need approach*, *Everyday need approach*, *Exhaustic need approach*, *Catching-up need approach*.

Penelitian ini membahas strategi yang digunakan akun insatgram dalam menyampaikan berita terhadap *followers* secara efektif. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan penyampaian informasi, salah satunya adalah pemanfaatan media sosial instagram untuk menarik perhatian audiens. Dalam konsep Stimulus-Organism-Response (S-O-R), stimulus mengacu pada peran instagram sebagai media penyampaian berita terkini yang dapat membantu menyampaikan informasi dengan lebih terarah melalui segmentasi audiens. Ketika *followers* melihat konten berita yang menarik, mereka akan memberikan respon dalam bentuk berbagai tindakan, seperti mencari informasi lebih lanjut, berinteraksi dengan konten, atau bahkan melakukan pembelian. Dengan demikian, strategi penyampaian informasi yang tepat di instagram dapat meningkatkan efektivitas penyebaran berita terkini dan mendorong audiens untuk menonton serta menyebarkan berita tersebut.

Terpaan akun media sosial instagram @infocegatansukoharjo dapat diukur menggunakan tiga indikator utama, yaitu frekuensi, durasi, dan atensi. Dalam pengukuran ini, nilai a yang diperoleh adalah 0,680. Karena nilai tersebut lebih besar dari 0,6, maka hasilnya dikategorikan sebagai reliabel. Frekuensi mengacu pada intensitas pengguna dalam mengonsumsi suatu konten. Semakin menarik suatu konten, semakin lama pengguna mengakses atau menggunakannya. Konten yang efektif mampu menarik perhatian pengguna, yang pada akhirnya meningkatkan keterlibatan mereka. Efektivitas ini dipengaruhi oleh daya tarik konten yang dapat membangkitkan respons emosional, meningkatkan tingkat perhatian, serta membentuk persepsi positif terhadap pesan yang disampaikan. Dengan demikian, semakin efektif suatu konten, semakin tinggi keterlibatan pengguna dalam mengonsumsinya.

Pernyataan diatas dapat dibuktikan dengan melihat hasil Uji T pada Tabel 6, bahwa variabel terpaan akun media social instagram @infocegatansukoharjo memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penyampaian informasi bagi *followers* dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.

Akun instagram “@infocegatansukoharjo” memiliki peran yang cukup signifikan dalam menyediakan informasi cepat. Namun, penggunaannya tetap perlu diimbangi dengan kesadaran hukum dan etika, baik dari pengelola maupun pengikut, agar tidak justru menimbulkan dampak negatif bagi ketertiban dan keselamatan bersama. Kehadiran akun seperti ini menunjukkan kuatnya budaya gotong royong dalam bentuk digital masyarakat saling berbagi informasi demi kepentingan bersama. Ini juga mencerminkan bagaimana media sosial, khususnya Instagram, telah berkembang dari sekadar *platform* berbagi foto menjadi sarana informasi publik yang cukup berpengaruh di tingkat lokal.

#### 4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terpaan akun Instagram @infocegatansukoharjo memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penyampaian informasi bagi *followers*. Hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi sebesar 54% serta hasil uji T dengan signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ), yang menegaskan bahwa variabel terpaan (X) berperan nyata dalam meningkatkan efektivitas penyampaian informasi (Y). Meskipun demikian, besarnya koefisien determinasi tersebut juga mengindikasikan bahwa masih terdapat faktor-faktor lain di luar penelitian yang turut memengaruhi penyampaian informasi kepada *followers*. Akun @infocegatansukoharjo terbukti memiliki peran penting dalam menyediakan informasi cepat dan relevan bagi masyarakat. Namun, penggunaannya perlu disertai dengan kesadaran etika dan hukum agar tidak menimbulkan dampak negatif. Fenomena ini juga mencerminkan berkembangnya budaya gotong royong digital, di mana masyarakat saling berbagi informasi demi kepentingan bersama secara lebih efektif melalui media sosial.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, S. R., Ismail, O. A., Telkom, U., Journalism, C., & Kepercayaan, T. (2024). Kredibilitas Sumber Dan Pengaruh Akun Instagram @ Herbyuss Terhadap Tingkat Kepercayaan Followers. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 9(4), 829–844.
- Aliyudin, N., Rajagukguk, S., Tasijawa, F. A., Madiuw, D., & Leutualy, V. (2022). Pelatihan Video Animasi Untuk Promosi Kesehatan Jiwa di Media Sosial Selama Pandemi Covid-19. *Karya Kesehatan Siwalima*, 1(1), 21–27. <https://doi.org/10.54639/kks.v1i1.734>
- Andarini, R., Samatan, N., Hapsari, R., Gunadarma, U., Gunadarma, U., & Gunadarma, U. (2024). Pengaruh Terpaan Pada Akun Instagram @Indozone.id Terhadap Kebutuhan Informasi Followers. 6(2).
- Aripradono, H. W. (2020). Penerapan Komunikasi Digital Storytelling Pada Media Sosial Instagram. *Teknika*, 9(2), 121–128. <https://doi.org/10.34148/teknika.v9i2.298>

- Atmojo, C. T. (2021). Kreativitas Pelaku Industri Ekonomi Kreatif Kabupaten Jombang Di Masa Pandemi Covid-19 Perspektif Strategi Promosi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 15(2), 267–277. <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i2.26790>
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Rajawali Pers.
- Dida, S., Lukman, S., Sono, S., Herison, F., Priyatna, C. C., Zaidan, A. R., & Prihyugiaro, T. Y. (2019). Pemetaan Prilaku Penggunaan Media Informasi Dalam Mengakses Informasi Kesehatan Reproduksi Di Kalangan Pelajar Di Jawa Barat. *Jurnal Keluarga Berencana*, 4(2), 32–46. <https://doi.org/10.37306/kkb.v4i2.25>
- Fatra, A. W., & Santoso, B. (2025). Pengaruh Terpaan Konten Instagram @Jajansolo terhadap Minat Beli Kuliner di Kota Surakarta bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 6(2), 1154–1162. <https://doi.org/10.63447/jimik.v6i2.1406>
- Gunawan, A. I., Amalia, F., Senalajari, W., & Gaffar, V. (2021). Pengukuran Aktivitas Pemasaran pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 133–142. <https://doi.org/10.14710/jab.v10i2.35768>
- Harahap, H. S., & Dewi, N. K. (2022). Edukasi Digital Marketing: Pembuatan Konten dan Caption Pada Instagram Bisnis Bagi Pelaku UMKM di FKRW Teluk Pucung, Bekasi. *Surya Abdimas*, 6(2), 277–285. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v6i2.1654>
- Inayah, T. N., & Harianto, F. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Penyebaran Informasi Kegiatan Di Yayasan Jamrud Biru. *BroadComm*, 4(1), 57–68. <https://doi.org/10.53856/bcomm.v4i1.235>
- Kriyantono, R. (2014). *Public Relations, Issue & Crisis Management Pendekatan Critical Public Relations, Etnografi Kritis & Kualitatif* (2nd ed.). Kencana Prenada Media Group.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). SAGE.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Kencana Prenada Media Group.
- Nugraha, A. R., SJORaida, D. F., Erdinaya, L. K., & Komariah, K. (2020). Komunikasi humas pemerintahan kabupaten/kota di Jawa Barat melalui media digital Instagram. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(2), 221. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i2.26407>
- Nurul, S., & Ikhma, Z. (2022). *Pengaruh Terpaan Media Instagram @ PekanbaruKuliner*. 11(2).
- Shanaz, N. V., & Irwansyah, I. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Aktivitas Jurnalisme Warga Dan Implikasinya Terhadap Media Konvensional. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 373–379. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.257>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Ulfatun, U. (2021). Analisis Penggunaan Gaya Bahasa Sarkasme Netizen di Media Sosial Instagram. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 7(2), 411–423. <https://doi.org/10.30605/onoma.v7i2.1255>