



PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @PINTERPOLITIK TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI POLITIK GENERASI Z

Yusuf Maulana¹, Anissa Mu'arifah², Sendi Eka Nanda³
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma^{1,2,3}

Jl. Margonda raya No 100, Depok, Jawa Barat

yusufmaulana@staff.gunadarma.ac.id¹, anissamuarifah2@gmail.com²,
sendieka@staff.gunadarma.ac.id³

ABSTRACT

The purpose of this research is to find the influence of social media instagram @ pinterpolitik to the needs political information generation z. The theory used a theory uses and gratification. Research methodology used is the method quantitative by doing technique share the questionnaire to survey respondents. Technique data analysis on this research, using analysis linear regression simple. Respondents in this research was followers instagram @ pinterpolitik to the whole the sample of the calculated using formulas taro yamane obtained the 100 respondents. Variables that were used to research this is social media and needs information. The result of research showed that social media instagram @ pinterpolitik having influence of 56.3 % of meeting the needs of political information generation z.

Keywords: Generation Z, Influence, Information Needs, Politics, Social Media

PENDAHULUAN

Lahirnya *new media* membawa masyarakat mengenal media sosial. Media sosial termasuk ke dalam media online yang mudah di akses saat ini. Membawa masyarakat tidak hanya berkomunikasi dengan satu arah tetapi menjalin komunikasi secara dua arah atau dalam jumlah banyak. Berbagai macam bentuk media sosial dan kegunaannya, membuat media sosial digemari banyak kalangan. Karena semakin mudah mengakses media sosial hal ini mempengaruhi perkembangan pengguna pada media sosial Instagram.

Saat ini Instagram sebagai media sosial yang digandrungi oleh masyarakat untuk mencari informasi. Instagram sendiri sebuah media sosial berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online. Instagram adalah media sosial favorit pada peringkat ketiga, sebanyak 14.5% dari dunia (wearesocial.com, 2022). Instagram bisa mempublikasikan secara instan dan menyebarkan informasi secara cepat. Instagram bisa digunakan dalam perangkat *smartphone* dan juga *browser* pada laptop, membuat siapapun dapat mengakses Instagram kapanpun dan dimanapun.

Kebutuhan informasi politik juga dibutuhkan oleh warga negara Indonesia sebagai representasi dari politik demokratis yang dijalankan oleh pemerintah. Media yang digunakan yaitu media sosial Instagram yang memiliki kecenderungan memberitakan politik melalui akun individu, kelompok, ataupun pihak lain. Karena media sosial di Indonesia rentan terhadap *hoax*, menyebabkan kehidupan politiknya rentan terhadap konflik antar kelompok.



Saat ini, kebangkitan media sosial telah menjadi tren yang tak terbendung oleh generasi Z untuk menghindarinya. Generasi Z menggunakan media sosial tidak hanya untuk tujuan sosial, tetapi juga untuk kebutuhan politik. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) menemukan pada 2019 bahwa 60,6% generasi Z di Indonesia mengonsumsi berita politik dan pemilihan presiden melalui platform media sosial. Generasi Z adalah generasi yang lahir setelah Generasi Y atau Millennial, generasi yang lahir antara tahun 1995 dan 2010. Indonesia akan mengalami keuntungan demografi pada tahun 2030, karena jumlah penduduk usia produktif akan meningkat. Banyak nantinya individu tidak lagi produktif. Akibatnya, generasi Z adalah usia produktif, dipandang sebagai penerus bangsa Indonesia, dan telah menjadi tulang punggung negara (Amru, *et al.* 2021).

Instagram semakin banyak digunakan sebagai platform untuk partisipasi politik. Dalam proses penyebaran informasi Instagram berposisi sebagai media yang mendistribusikan informasi oleh komunikator. Salah satu akun Instagram yang aktif adalah @pinterpolitik. Akun @pinterpolitik dibuat untuk menyebarkan berita politik. Sebagai sumber berita alternatif yang mampu meliput peristiwa politik. Perspektif yang berbeda, tajam, dan komprehensif. Saat ini @pinterpolitik telah mengumpulkan 395 ribu pengikut. Selain menambah followers, @pinterpolitik menyediakan konten politik. Dengan infografis yang menarik dan aktivitas yang lebih besar dari akun lain, @pinterpolitik dapat mempublikasikan dua hingga lima postingan per hari dengan beberapa topik politik.

Tentu pada akun Instagram yang memberikan informasi seputar politik ini tidak hanya @pinterpolitik, masih banyak akun Instagram yang memberikan informasi ini. Tetapi dengan jumlah followers yang dimiliki oleh akun Instagram @pinterpolitik ini menjadi yang tertinggi di antara akun Instagram yang menyampaikan informasi politik lainnya. Pemilihan akun Instagram @pinterpolitik sebagai objek penelitian ini, karena dianggap dapat menyampaikan informasi mengenai politik dalam memenuhi kebutuhan informasi yang diharapkan untuk generasi Z. Selain itu isi konten dengan infografis yang menarik menumbuhkan rasa menarik. Mengasah pada otak manusia sehingga mudah dalam memahami setiap konten yang disajikan oleh Instagram @pinterpolitik.

TINJAUAN PUSTAKA

Media Sosial

Media sosial, sering dikenal sebagai jejaring sosial merupakan komponen dari *New Media*. Informasi yang diberikan sangat interaktif. Media sosial memiliki pengaruh sosial yang kuat, berdampak signifikan terhadap bagaimana opini publik berkembang di suatu masyarakat. Media sosial juga terbukti memiliki kekuatan untuk mempengaruhi keyakinan, sikap, dan perilaku publik atau masyarakat.

Menurut Chris Heuer (Rossza, 2020) terdapat empat C dalam penggunaan media sosial, yaitu: (1) *Context*: “*how we frame our stories*”, adalah bagaimana membangun pesan atau informasi, meliputi bentuk komunikasi, bahasa yang digunakan, dan substansi pesan. (2) *Communication*: “*the practice of sharing our sharing story as well as listening, responding*



and growing.”, adalah metode berbagi cerita atau informasi yang melibatkan cara mendengarkan dan menanggapi dengan berbagai cara, seperti menambahkan gambar atau mengemas pesan sedemikian rupa sehingga membuat pengguna merasa nyaman dan memastikan pesan diterima dengan benar. (3) *Collaboration*: “*working together to make things better and more efficient and effective.*”, kerjasama antara akun dan sebuah perusahaan untuk sebuah informasi yang lebih efisien dan efektif. (4) *Connection*: “*the relationships we forge and maintain.*”, pemeliharaan hubungan antara akun atau perusahaan pengguna media sosial agar terlihat akrab.

Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Menurut Krech, Crutchfield, dan Ballachey (Riani, 2017), keadaan fisiologis, keadaan, dan kognisi seseorang mempengaruhi kebutuhannya. Sepanjang hidup, setiap orang menghadapi berbagai persyaratan dan kesulitan. Ketika ada ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan, antara apa yang seharusnya dan apa yang terjadi sekarang, sebuah kebutuhan muncul. Terciptanya suatu kebutuhan juga dipengaruhi oleh informasi yang diterima seseorang. Situasi akan menjadi bermasalah jika kebutuhan yang tidak terpenuhi memiliki konsekuensi negatif.

Seseorang akan memenuhi kebutuhan informasi dan mencari sumber informasi. Apabila muncul adanya kesenjangan antara pengetahuan dan ekspektasi dalam memecahkan sebuah masalah. Informasi adalah suatu kebutuhan yang harus dicari dan dipenuhi oleh masyarakat. Syaffril (Rossza, 2020) ada empat jenis kebutuhan informasi yaitu: (1) *Current need approach*, pada tahap ini pengguna mencari pengetahuan atau informasi dari cara yang paling umum dan biasa dilakukan. Jenis pendekatan ini perlu ada interaksi antara pengguna dengan sistem informasi. (2) *Everyday need approach*, pengguna mencari informasi dengan cepat dan singkat. Informasi yang dicari pun adalah hal yang sedang dihadapi oleh pengguna. (3) *Exhaustic need approach*, pengguna membutuhkan informasi yang mendalam. Mempunyai kecanduan terhadap informasi ini, karena dibutuhkannya informasi yang sesuai, jelas, dan lengkap. (4) *Catching-up need approach*, menggunakan informasi yang singkat dan *to the point*. Sesuai dengan informasi terakhir yang diperlukan oleh pengguna.

Generasi Z dalam Politik

Generasi Z merupakan kelahiran tahun 1995 sampai dengan 2012, generasi ini adalah generasi teknologi. Keberadaan teknologi pada generasi ini merupakan elemen penting, sebab generasi ini tidak sempat merasakan tidak adanya teknologi. Generasi Z sangat akrab dengan media sosial, 60% responden Generasi Z memulai kehidupan sosial mereka secara online, 50% Generasi Z lebih suka berkomunikasi secara online daripada berbicara langsung satu sama lain, dan 70% Generasi Z lebih nyaman berkomunikasi dengan teman secara online, menurut penelitian yang diterbitkan dalam Hastini (2020), berdasarkan studi tahun 2012 oleh Palley.



Generasi Z adalah pemilih pemula, dimana dengan generasi yang akrab dengan teknologi. Membuat terdapat kesenjangan politik di Generasi Z. Karena pemilih pemula tidak dapat diremehkan begitu saja, akan berdampak antusiasme sebuah rapat umum yang dilakukan oleh partai politik. Dan mempengaruhi pasangan calon dalam hal publikasi di media sosial. Pilihan pemimpin pada pemilu pemula sebenarnya tidak jauh berbeda dengan pemilih lainnya karena biasanya pada Generasi Z, mereka masih labil dan apatis. Terdapat aspek dimana dipertimbangkan suara dari Generasi Z, karena tidak mengerti pada politik. Maka dari itu, perlu adanya penggunaan media yang tepat pemilihan informasi mengenai politik. Untuk menumbuhkan kesadaran politik sejak dini, menjadi pelopor politik di lingkungannya. Dan memahami hak serta kewajibannya sebagai warga negara.

Teori *Uses and Gratification*

Teori *Uses and Gratification* berkaitan dengan pendekatan welas asih untuk konsumsi media. Bisa diartikan, manusia otonom diizinkan untuk memilih medianya sendiri. Blumer dan Katz berpikir ada lebih dari satu metode bagi pemirsa untuk berinteraksi dengan media. Sebaliknya, mereka yakin bahwa ada beberapa motif khalayak dalam memanfaatkan media. Konsekuensinya pada teori ini, konsumen media bebas untuk menentukan bagaimana konsumsi media mereka dan akan mempengaruhi media itu sendiri. Gagasan ini juga menegaskan bahwa media dapat memiliki dampak negatif pada masyarakat.

Menurut Ardianto dan Komala Erdinaya (2005), lima asumsi mendasar dari teori *Uses and Gratification* adalah sebagai berikut: (1) Audiens terlibat dan berorientasi pada tujuan dalam konsumsi media mereka. (2) Inisiatif dalam menghubungkan pemenuhan kebutuhan audiens dengan pilihan media tertentu. (3) Media bersaing dengan sumber lain untuk memenuhi keinginan manusia. (4) Orang-orang memiliki kesadaran diri yang cukup tentang penggunaan, minat, dan motivasi media mereka untuk memberi para peneliti gambaran yang akurat tentang penggunaannya. (5) Hanya audiens yang mampu menentukan nilai materi media.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk mengkarakterisasikan dan mengevaluasi data yang tersedia untuk menghasilkan gambaran sistematis tentang pengaruh media sosial Instagram (@pinterpolitik) terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z. Penelitian kuantitatif disediakan dalam bentuk angka yang diproses oleh model statistik dan digunakan dengan bantuan program komputer SPSS. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif, diawali dengan pengumpulan data, interpretasi data, dan penyajian hasil (Arikunto, 2006). Subjek penelitian ini adalah pengikut @pinterpolitik tersegmentasi generasi Z. Objek penelitian ini adalah media sosial instagram @pinterpolitik. Pengikut dari akun tersebut menjadi populasi untuk penelitian ini. Akun Instagram @pinterpolitik memiliki total 395 ribu pengikut. Tanggal pengambilan data adalah 6 Desember 2022. Populasi ini hanya mereka yang telah berpartisipasi sebelumnya yang dipilih



untuk seleksi populasi ini melalui kolom *like*, komentar, *followers*, dan memang mereka yang rutin mengakses postingan. Metode pengambilan sampel non-probabilitas, sering dikenal sebagai "*Purposive Sampling*". *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2019) adalah strategi untuk mengidentifikasi sampel berdasarkan kriteria tertentu. Alasan para ilmuwan memanfaatkan, karena tidak mungkin untuk memenuhi semua persyaratan sampel. Pendekatan pengambilan sampel yang disengaja digunakan, sesuai dengan apa yang diinginkan peneliti. Penelitian ini menggunakan batas toleransi kesalahan atau presisi yang ditetapkan sebesar 0,1 atau 10%. Demikian hasil hitungan berdasarkan jumlah populasi dari akun Instagram @pinterpolitik yaitu 395.000 *Followers* makan yang dijadikan sampel dari penelitian ini berjumlah 100 responden. Skala pengukuran untuk dua variabel pada penelitian ini menggunakan skala likert dengan skor dari 1 sampai 5. Teknik pengujian yang dilakukan pada penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier sederhana dan uji hipotesis.

HASIL DAN DISKUSI

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan atau validitas pada kuesioner penelitian. Sebelum melakukan penyebaran kepada 100 responden penelitian. Uji validitas adalah metrik yang mengukur tingkat validitas instrumen. Data yang telah diperoleh selanjutnya diuji validitasnya. Terlepas dari apakah infonya akurat, yang dilakukan penelitian. Sejauh mana data yang dihasilkan tidak menyimpang atau tidak akurat dari citra validitas yang diinginkan ditunjukkan dengan tinggi rendahnya nilai validasi yang dicapai.

Diambil dari 30 responden, data tersebut akan diuji menggunakan alat ukur SPSS (Statistical Product and Service Solutions) 26. Dan untuk menentukan r tabel yang akan digunakan, peneliti menggunakan rumus N dengan sig 10% dimana hasilnya adalah r tabel > 0,463.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0.757	0.463	Valid
Pernyataan 2	0.725	0.463	Valid
Pernyataan 3	0.524	0.463	Valid
Pernyataan 4	0.566	0.463	Valid
Pernyataan 5	0.539	0.463	Valid
Pernyataan 6	0.720	0.463	Valid
Pernyataan 7	0.526	0.463	Valid
Pernyataan 8	0.695	0.463	Valid
Pernyataan 9	0.618	0.463	Valid
Pernyataan 10	0.551	0.463	Valid
Pernyataan 11	0.729	0.463	Valid
Pernyataan 12	0.694	0.463	Valid
Pernyataan 13	0.681	0.463	Valid



Pernyataan 14	0.646	0.463	Valid
Pernyataan 15	0.748	0.463	Valid
Pernyataan 16	0.820	0.463	Valid
Pernyataan 17	0.797	0.463	Valid
Pernyataan 18	0.891	0.463	Valid
Pernyataan 19	0.810	0.463	Valid
Pernyataan 20	0.750	0.463	Valid
Pernyataan 21	0.664	0.463	Valid
Pernyataan 22	0.838	0.463	Valid
Pernyataan 23	0.777	0.463	Valid
Pernyataan 24	0.813	0.463	Valid
Pernyataan 25	0.722	0.463	Valid
Pernyataan 26	0.845	0.463	Valid
Pernyataan 27	0.766	0.463	Valid

Sumber : Data olahan peneliti, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai r hitung $>$ r tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel Kebutuhan Informasi Politik Generasi Z (Y) adalah valid. Dari pernyataan 1 sampai 27 dapat dikatakan valid.

Uji Reliabilitas yang akan melihat seberapa andal hasilnya. Jika gejala yang sama diukur dua kali atau lebih, pengukuran tetap akurat. Menggunakan alat ukur yang sama untuk menentukan apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipercaya atau tidak, uji reliabilitas sangat membantu. Perangkat lunak SPSS digunakan oleh peneliti untuk mengukur dependabilitas dalam penelitian ini. Dengan Alpha Cronbach, jika koefisien reliabilitas lebih dari 0,6 maka alat penelitian dianggap memiliki tingkat keandalan yang cukup.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Angka Standar Reliabel	Keterangan
Media sosial (X)	0,857	0,60	Reliabel
Pemenuhan kebutuhan Informasi (Y)	0,883	0,60	Reliabel

Sumber: Data olahan peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 2 di atas, diketahui bahwa uji reliabilitas keseluruhan variabel dapat disimpulkan bahwa kuesioner ini adalah sangat reliabel karena di antara $>$ 0.80 – 1.00.

Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menganalisis pengaruh suatu variabel (X) dengan variabel (Y) secara bersamaan pada suatu distribusi data.

Tabel 3. Hasil Uji Korelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.750 ^a	.563	.558	5.130

a. Predictors: (Constant), Media Sosial Instagram @pinterpolitik

b. Dependent variable: Kebutuhan Informasi Politik Generasi Z

Sumber: Data olahan peneliti, 2022

Pada tabel 3 menunjukkan Nilai R Square = 0.563. Nilai tersebut memberikan pengaruh bahwa Media Sosial Instagram @pinterpolitik (X) dengan Kebutuhan Informasi Politik Generasi Z (Y). Menunjukkan nilai sebesar 0.563 atau jika di persentasekan sebesar 56.3%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Table 4. Hasil Uji Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	14.024	3.642		3.850	.000
	Media Sosial Instagram @pinterpolitik	.779	.069	.750	11.233	.000

a. Dependent Variabel: Kebutuhan Informasi Politik Generasi Z

Sumber: Data olahan peneliti, 2022

Dari hasil tabel 4 di atas dapat diketahui persamaan regresi linear sederhana yang diperoleh sebagai berikut:

$$y = 14.024 + 0.779X$$



Dalam persamaan regresi linear sederhana tersebut dapat disimpulkan bahwa: (1) Nilai konstanta (a) sebesar 14.024 yang berarti menunjukkan jika Media Sosial Instagram @pinterpolitik (X) adalah 0 maka Kebutuhan Informasi Politik Generasi Z (Y) nilainya adalah 14.024 dan dikatakan positif. (2) Koefisien regresi variabel (X) sebesar 0.779 menunjukkan jika Media Sosial Instagram @pinterpolitik (X) mengalami kenaikan satuan, maka akan meningkatkan pengaruh terhadap Kebutuhan Informasi Politik Generasi Z (Y) sebesar 0.779. dapat disimpulkan bahwa koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan yang positif.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji kebenaran dan kelayakan analisis regresi antara Media Sosial Instagram @pinterpolitik (X) dengan Kebutuhan Informasi Politik Generasi Z (Y). Pengujian ini dilakukan untuk melanjutkan pengujian sebelumnya yaitu uji regresi linearitas sederhana yang dilakukan pada 100 responden.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

Model	Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	14.024	3.642		3.850	.000
	Media Sosial Instagram @pinterpolitik	.779	.069	.750	11.233	.000

a. Dependent Variabel: Kebutuhan Informasi Politik Generasi Z

Sumber: Data olahan peneliti, 2022

Kriteria penerimaan hipotesis dapat dilakukan sebagai berikut:

H0: Tidak ada pengaruh media sosial Instagram @pinterpolitik terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z.

Ha: Adanya pengaruh media sosial Instagram @pinterpolitik terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z

Berdasarkan hasil tabel 4.40, diketahui nilai signifikansi sig penelitian adalah 0.000. Sedangkan taraf signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% atau 0.05. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa angka signifikansi penelitian kurang dari taraf signifikansi yaitu 0.000 kurang dari 0.05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh media sosial Instagram @pinterpolitik memengaruhi secara signifikan terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z.

Pembahasan



Penelitian ini menganalisis pengaruh Media Sosial Instagram @pinterpolitik terhadap Kebutuhan Informasi Politik Generasi Z. Media Sosial Instagram @pinterpolitik berisikan nuansa politik yang dikemas dengan baik, kreatif, dan terjamin kredibilitasnya. Dengan isian *feeds* Instagram berupa infografis, video, motion graphic.

Penelitian ini memiliki 2 variabel yaitu, Media Sosial Instagram @pinterpolitik (X) dan Kebutuhan Informasi Politik Generasi Z (Y). Berdasarkan hasil perhitungan sampel yang menggunakan rumus Taro Yamane dengan batas toleransi 10%, didapatkan sampel sebanyak 100 responden dari populasi followers Instagram @pinterpolitik sebanyak 395.000. Dalam pengumpulan data digunakan metode kuesioner yang disebarakan kepada seluruh responden secara online menggunakan google form.

Adapun indikator dari variabel Media Sosial Instagram @pinterpolitik (X) yaitu, *Context, Communication, Collaboration, dan Connection*. Selanjutnya indikator variabel Kebutuhan Informasi Politik Generasi Z (Y) yaitu *Current Need Approach, Everyday Need Approach, Exhaustive Need Approach, dan Catching Up Need Approach*.

Pada hasil uji analisis regresi linier sederhana dapat disimpulkan bahwa Media Sosial Instagram @pinterpolitik berpengaruh positif dan signifikansi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Hal tersebut dapat dilihat dari persamaan regresinya yaitu $Y = 14.034 + 0.779 X$

Selanjutnya yaitu pada hasil uji koefisien korelasi (R) dapat diketahui bahwa nilai signifikansi media sosial Instagram @pinterpolitik (X) dengan kebutuhan informasi politik generasi Z (Y) memiliki nilai yang signifikansi $0,000 < 0,1$ yang berarti kedua variabel tersebut terdapat korelasi yang signifikan antara keduanya. Dapat disimpulkan, interpretasi nilai koefisien korelasi 0.750 menunjukkan hubungan variabel X terhadap variabel Y berada pada rentang 0,60 – 0,79 yang artinya kuat.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R²) dapat diketahui bahwa nilai R = 0.750 atau 75% yang dimana berarti hubungan media sosial Instagram @pinterpolitik terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z dinyatakan saling berhubungan sebesar 75%. Berdasarkan hasil nilai R Square yaitu 0,563 atau 56.3 % dapat menunjukkan bahwa media sosial Instagram @pinterpolitik memberikan dampak sebesar 56.3% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik generasi Z, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, hasil signifikansi pada penelitian ini adalah 0,000 sedangkan taraf signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 10% (0,1). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikan, yaitu $0,000 < 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil tersebut dapat menunjukkan bahwa adanya pengaruh media sosial Instagram @pinterpolitik terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z.

Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification*. Dalam teori ini, audiens sangat bertanggung jawab dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pada penelitian ini, Instagram @pinterpolitik sebagai salah satu yang aktif membagikan informasi yang informatif dan mengedukasi para pengikutnya dengan informasi politik melalui media



sosial. Sehingga pengguna media khususnya generasi Z berperan secara aktif untuk memilih media mana yang sesuai dengan kepuasannya. *Followers* akun Instagram @pinterpolitik memilih untuk menggunakan media sosial Instagram untuk memenuhi kepuasannya dalam mendapatkan informasi seputar politik

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, mengenai pengaruh media sosial Instagram @pinterpolitik terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan pada variabel X, indikator *context*, *communication*, *collaboration* memiliki hasil yang cukup tinggi. Namun, berbanding terbalik dengan indikator *connection* memiliki hasil yang cukup rendah. Kemudian, pada indikator variabel Y yaitu *current need approach*, *everyday need approach*, *exhaustive need approach*, dan *catching up need approach* memiliki hasil yang menunjukkan responden setuju bahwa media sosial Instagram @pinterpolitik dapat memenuhi kebutuhan informasi politik generasi Z.

Maka peneliti dapat menarik kesimpulan, bahwa media sosial Instagram berpengaruh terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z. Hubungan media sosial Instagram @pinterpolitik kuat terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z. Sesuai dengan teori *uses and gratification* yang digunakan, dimana generasi Z bertanggung jawab terhadap pemilihan media sosial Instagram @pinterpolitik untuk memenuhi kebutuhan informasi seputar.

Saran

Saran untuk Pinterpolitik diharapkan untuk memperhatikan lagi kedekatan dengan *followers*. Melalui indikator *connection* untuk terciptanya hubungan antara media Pinterpolitik dengan *followers*. Hal ini dianggap cukup penting karena dengan adanya sebuah pengaruh dalam media sosial Instagram yang lebih intim dalam kedekatannya, diharapkan mampu membuat konten yang selaras dengan kebutuhan informasi politik.

Saran untuk penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan objek yaitu akun Instagram @pinterpolitik. Penelitian ini dapat menjadi rujukan atau mengungkap variabel yang belum tercantum dalam penelitian ini. Peneliti berharap dapat melakukan penelitian dengan variabel baru yaitu partisipasi politik untuk penelitian pada pemilihan umum 2024 nantinya, agar dapat menemukan hasil yang lebih bervariasi dan bermanfaat.

REFERENSI

Amru, T. H., Syam, H. M., & Susilawati, N. (2021). Dampak Mengakses Instagram @pinterpolitik terhadap Perilaku Politik Generasi Z pada Pemilu 2019. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 6(2).

Ardianto, E., & Erdinaya, K. Lukiati.(2005). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*.



Volume 13 No. 1 Maret 2023 ISSN 2085-2428
e ISSN 2721-7809



Jurnal Ilmu Komunikasi

- Hastini, L. Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia?. *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 10(1), 12-28.
- Riani, N. (2017). Model perilaku pencarian informasi guna memenuhi kebutuhan informasi (studi literatur). *Publication Library and Information Science*, 1(2), 14-20.
- Rossza, D. A., & Lubis, E. E. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram@ halodoc Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Followers. *Jom Fisip*, 7, 1-11.
- Sugiyono, D. (2019). Statistika untuk Penelitian (Cetakan ke-30). Bandung: Cv Alfabeta.
- Wearesocial.com. 20 Oktober 2022. The Global State of Digital in October 2022. Diakses pada 12 November 2022, dari <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/10/the-global-state-of-digital-in-october-2022/>

