

Efektivitas Akun Instagram @Infosumbar sebagai Media Penyebaran Informasi Sejarah dan Budaya Minangkabau

The Effectiveness of the Instagram Account @infosumbar as a Media for Disseminating Information on Minangkabau History and Culture

Afira Triaputri^{*}, Pudji Muljono

Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor, Dramaga Bogor 16680, Indonesia

^{*}E-mail korespondensi: afira.triyaaa@apps.ipb.ac.id

Diterima: 12-08-2022 | Disetujui: 11-09-2022 | Publikasi Online: 12-09-2022

ABSTRACT

Instagram is one of the most used social media by people today. PT Infosumbar Media Kreasi took this opportunity to use Instagram as a medium in disseminating information on local history and culture in the midst of Indonesia's cultural heritage. This study analyzes the effectiveness of the Instagram account @infosumbar as a medium for disseminating information on Minangkabau history and culture. This study connects the variable exposure to Instagram use with the level of effectiveness of Instagram seen from the effect of communication messages on the cognitive, affective, and conative aspects of followers. This research was conducted with a quantitative approach with survey and observation methods as a quantitative data collection instrument supported by qualitative data from in-depth interviews. Quantitative data was processed using a correlation test with the selection of respondents using a purposive sampling method. The results showed that there was a significant relationship between the level of exposure of followers of the Instagram account @infosumbar and the level of effectiveness of the Instagram account @infosumbar on cognitive, affective, and conative aspects.

Keywords: effectiveness, instagram, social media exposure

ABSTRAK

Instagram menjadi salah satu media sosial terpopuler yang digunakan oleh masyarakat saat ini. Peluang tersebut digunakan oleh PT Infosumbar Media Kreasi untuk memanfaatkan Instagram sebagai media dalam menyebarkan informasi sejarah dan budaya lokal di tengah warisan kebudayaan Indonesia. Penelitian ini menganalisis efektivitas akun Instagram @infosumbar sebagai media penyebaran informasi sejarah dan budaya Minangkabau. Penelitian ini menghubungkan variabel terpaan penggunaan Instagram dengan tingkat efektivitas Instagram yang dilihat dari efek pesan komunikasi terhadap aspek kognitif, afektif, dan konatif pengikutnya. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan observasi sebagai instrumen pengambilan data kuantitatif yang didukung dengan data kualitatif dari wawancara mendalam. Data kuantitatif diolah menggunakan uji korelasi dengan pemilihan responden yang menggunakan metode purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan nyata antara tingkat terpaan pengikut akun Instagram @infosumbar dengan tingkat efektivitas akun Instagram @infosumbar dalam aspek kognitif, afektif, dan konatif.

Kata kunci: efektivitas, instagram, terpaan penggunaan media sosial



Content from this work may be used under the terms of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International. Any further distribution of this work must maintain attribution to the author(s) and the title of the work, journal citation and DOI.

Published under Department of Communication and Community Development Science, IPB University

E-ISSN: 2338-8269 | P-ISSN: 2338-8021

PENDAHULUAN

Perkembangan internet sebagai teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak kemajuan bagi manusia. Berdasarkan data *Internet World Stats* pada Maret 2021, pengguna internet di dunia telah mencapai 5,16 miliar jiwa atau setara dengan 65,6 persen dari seluruh populasi dunia. Di Indonesia sendiri, berdasarkan data terbaru dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet pada periode 2019-2020 mencapai 196 juta jiwa dengan persentase peningkatan sebesar 1,03 persen dari tahun sebelumnya. Diperbarui oleh laporan *We Are Social*, pengguna internet di awal tahun 2022 mencapai 204,7 juta jiwa atau setara dengan 73,7 persen dari seluruh penduduk Indonesia. Alasan utama dari 80,1 persen pengguna internet untuk melakukan pencarian informasi. Hal ini sejalan dengan pemenuhan hak asasi manusia sebagaimana yang tercantum dalam Undang-Undang Dasar (UUD) 1945 pasal 28 F yang menyatakan bahwa setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.

Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, penggunaan media sosial juga turut berkembang dengan pesat. Hampir seluruh pengguna internet di Indonesia menggunakan internet untuk mengakses media sosial. Menurut survei Data Reportal (2022), pengguna aktif media sosial di dunia mencapai 58,4 persen dari seluruh populasi dunia. Begitu pun pemanfaatan internet di Indonesia didominasi oleh pengguna media sosial yang mencapai angka 191,4 juta jiwa. Dalam penelitian Asiati dan Septadiyanto (2018) terdapat pengelompokan pemanfaatan media sosial yang bervariasi mulai dari hiburan, komunikasi, *games*, informasi, hingga *online shop*. Salah satu dari sekian pemanfaatan media sosial yang akan diteliti adalah sebagai media informasi budaya. Kini berbagai media sosial mulai memunculkan unsur-unsur budaya lokal, seperti penggunaan bahasa daerah, informasi kuliner, wisata budaya, sejarah bahkan untuk integrasi nasional. Kekuatan media sosial untuk menjangkau teman maupun *follower* memberikan kekuatan baru untuk mengangkat kembali budaya lokal, memunculkan potensi budaya dan melestarikan nilai-nilai budaya yang selama ini mulai luntur, sehingga informasi mengenai budaya lokal dapat diperoleh dengan mudah melalui media sosial (Zulfan dan Gumilar 2014).

Media sosial berkembang pesat menjadi bagian penyebaran informasi terbaru dan dengan mudah mendapatkan informasi baik itu berupa foto atau video. Azman (2018) menyebutkan bahwa media sosial telah memiliki kemampuan yang sama dengan media massa dalam penyebaran informasi. Salah satu media sosial yang sering digunakan masyarakat adalah Instagram. Dilansir dari data reportal (2022), jumlah pengguna aktif Instagram di Indonesia hingga Februari 2022 sebesar 99,15 juta pengguna sehingga aplikasi ini menempati posisi kedua sebagai media sosial yang terpopuler digunakan oleh masyarakat Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram cukup digemari dan terus mengalami peningkatan pengguna, tentunya dari berbagai kalangan masyarakat. Qorib (2020) mengatakan bahwa saat ini Instagram mengalami eksistensi yang tinggi dan banyak digemari karena fungsinya sebagai media promosi dan informasi. Namun dalam implementasinya, pemanfaatan Instagram dalam menyebarkan informasi belum terlihat secara optimal. Berdasarkan survei databoks pada November 2020, ditemukan bahwa masyarakat lebih tertarik mengakses informasi melalui Whatsapps yang kemudian diikuti oleh Facebook dan Instagram sebagai sumber informasi yang kredibel.

Instagram memfasilitasi banyak fitur yang memberikan kemudahan bagi pengguna untuk menerima maupun menyebarkan informasi. Salah satu akun Instagram yang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media informasi adalah akun Instagram @infosumbar. Akun Instagram @infosumbar merupakan sebuah akun informasi berbasis media sosial yang menyajikan informasi seputar Sumatra Barat. Kategori informasi yang disebarkan akun ini bervariasi, salah satunya informasi sejarah dan budaya Minangkabau yang akan menjadi fokus dalam penelitian ini. Mengingat saat ini mulai tergerusnya kebanggaan warisan kebudayaan lokal di Sumatra Barat sehingga dirasa perlu adanya penyebaran informasi sejarah dan budaya untuk terus melanjutkan warisan ini kepada generasi berikutnya. Akun Instagram @infosumbar telah memiliki 944 ribu pengikut aktif yang tercatat hingga tanggal 10 Februari 2022. Akun Instagram @infosumbar dibuat sejak tahun 2012 dan rutin mengunggah berbagai konten termasuk informasi sejarah dan budaya Minangkabau. Hal ini menjadi menarik untuk diteliti bagaimana Instagram sebagai media penyebaran informasi sejarah dan budaya mampu memberikan efek dan mendukung pelestarian sejarah dan budaya lokal itu sendiri. Efektivitas sebuah media komunikasi dilihat dari pesan yang disampaikan media memberikan efek

atau dampak kepada penerima pesan. Maka dari itu, penulis ingin meneliti tentang bagaimana **efektivitas akun Instagram @infosumbar sebagai media penyebaran informasi sejarah dan budaya Minangkabau.**

Tujuan penelitian terkait “Efektivitas Akun Instagram @infosumbar sebagai Media Penyebaran Informasi Sejarah dan Budaya Minangkabau” ini yaitu untuk: (1) mengidentifikasi karakteristik para pengikut akun Instagram @infosumbar, (2) menganalisis tingkat terpaan penggunaan akun Instagram @infosumbar, (3) menganalisis tingkat efektivitas akun Instagram @infosumbar sebagai media penyebaran informasi sejarah dan budaya Minangkabau, (4) menganalisis hubungan antara karakteristik individu dengan tingkat terpaan penggunaan akun media sosial Instagram @infosumbar, serta (5) menganalisis hubungan antara tingkat terpaan penggunaan media sosial Instagram dengan efektivitas akun Instagram @infosumbar sebagai media penyebaran informasi sejarah dan budaya Minangkabau.

Media Sosial Instagram

Media sosial menjadi salah satu acuan masyarakat dalam mencari informasi yang mereka butuhkan (Laili 2021). Salah satu media sosial yang kerap digunakan sebagai media penyampaian informasi adalah Instagram. Instagram merupakan sebuah aplikasi *microblogging* yang mempunyai fungsi utama sebagai sarana mengunggah foto secara instan. Nama Instagram berasal dari kata “insta” yang berasal dari kata “instan” yang dimaksudkan seperti kamera polaroid yang pada masanya dikenal sebagai “foto instan”. Kata “gram” berasal dari kata “Instagram” yang merujuk pada alat yang bekerja mengirimkan informasi secara cepat kepada orang lain. Di samping itu, Instagram memfasilitasi banyak fitur yang memberikan kemudahan bagi pengguna untuk menerima maupun menyebarkan informasi. Qorib (2020) mengatakan bahwa saat ini Instagram mengalami eksistensi yang tinggi dan banyak digemari khususnya oleh generasi milenial karena Instagram digunakan sebagai media informasi. Hal ini mendukung salah satu fungsi media yaitu “*to inform*” atau memberikan informasi kepada masyarakat. Instagram sebagai salah satu media sosial yang menimbulkan manfaat berguna untuk penyampaian informasi baru (Zahra dan Rina 2018).

Penyebaran Informasi Sejarah dan Budaya

Seiring dengan perkembangan media digital, penyebaran informasi sejarah dan budaya lokal dapat dilakukan melalui media sosial. Kini, terdapat banyak media sosial yang mulai memunculkan unsur-unsur budaya lokal, seperti penggunaan bahasa daerah, informasi kuliner, wisata budaya, sejarah bahkan untuk integrasi nasional. Kekuatan media sosial untuk menjangkau teman maupun *follower* memberikan kekuatan baru untuk mengangkat kembali budaya lokal, memunculkan potensi budaya dan melestarikan nilai-nilai budaya yang selama ini mulai luntur, sehingga informasi mengenai budaya lokal dapat diperoleh dengan mudah melalui media sosial (Zulfan dan Gumilar 2014). Kepedulian untuk melestarikan budaya lokal tidak hanya muncul dari kalangan budayawan, namun juga kalangan muda, seperti pelajar, mahasiswa dan komunitas. Misalnya, akun di Facebook yang bertujuan untuk menggugah kembali masyarakat sunda agar terbiasa menggunakan bahasa sunda, akun tersebut dibuat oleh mahasiswa dan temannya hingga berjumlah puluhan ribu pengikut. Hal yang sama juga terjadi di media sosial yang lain seperti Twitter dan Instagram (Zulfan dan Gumilar 2014).

Karakteristik Individu

Khalayak media tentunya memiliki perbedaan dalam mengakses media informasi sesuai dengan kemampuan, kebutuhan, atau keadaannya. Menurut Rakhmawati dan Sherlyanita (2016), terdapat faktor personal yang berhubungan dengan penggunaan media sosial seperti usia, jenis kelamin dan tingkat pendidikan. Selain itu terdapat faktor yang dipengaruhi oleh aktivitas pekerjaan sehingga memiliki pola penggunaan tertentu dalam mengakses. Berdasarkan penjelasan mengenai beberapa karakteristik individu di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa karakteristik individu merupakan sifat atau ciri yang melekat pada diri seseorang.

Terpaan Penggunaan Media

Menurut Munawwaroh (2018) terpaan merupakan intensitas keadaan khalayak yang terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh suatu media. Terpaan diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut

yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Menurut Rakhmat (2012) terpaan pada suatu media dapat diukur melalui dimensi-dimensi berikut: (1) frekuensi, merupakan berapa kali seseorang menggunakan media dan mengonsumsi isi pesan, (2) durasi, merupakan berapa lama seseorang menggunakan media serta mengonsumsi isi pesan, (3) atensi, perhatian seseorang terhadap suatu media dan melihat atau mengonsumsi isi pesan.

Efektivitas Instagram sebagai Media Informasi

Konsep efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan dapat tercapai dengan baik (Riyantini dan Triarodnan 2015). Indriyani *et.al* (2020) menyebutkan bahwa umumnya efektivitas memiliki hubungan antara hasil yang diharapkan dengan kenyataan hasil yang telah dicapai. Instagram sebagai salah satu media komunikasi menjalankan fungsi media massa sebagai penyebar informasi kepada khalayak luas dalam hal ini masyarakat. Dalam suatu proses komunikasi, efektivitas terjadi jika informasi atau pesan yang disampaikan bersifat dua arah antara komunikator dan komunikan. Rakhmat (2002) mengatakan bahwa efektivitas komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang mampu mencapai tujuan dari isi pesan tersebut dan memberikan umpan balik (*feedback*) atau reaksi sehingga pesan berhasil disampaikan dan menimbulkan sebuah komunikasi yang efektif. Efek atau reaksi pada pesan yang ditimbulkan dapat berupa perubahan yang terjadi dalam diri penerima meliputi kognitif, afektif, dan konatif. Hal ini sejalan dengan pernyataan Effendy (2005) bahwa komunikasi dapat dikatakan efektif jika dapat menimbulkan dampak yaitu sebagai berikut: (1) kognitif, yakni meningkatnya pengetahuan komunikator, (2) afektif, yaitu perubahan pandangan komunikator, karena hatinya tergerak akibat komunikasi, dan (3) konatif yaitu perubahan perilaku atau tindakan yang terjadi pada komunikator.

Pertanyaan Penelitian

Pada penelitian ini dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian, yaitu: (1) bagaimana karakteristik para pengikut akun Instagram @infosumbar? (2) bagaimana tingkat terpaan penggunaan akun Instagram @infosumbar? (3) bagaimana tingkat efektivitas akun Instagram @infosumbar sebagai media penyebaran informasi sejarah dan budaya Minangkabau? (4) bagaimana hubungan karakteristik individu pengikut akun Instagram @infosumbar dengan tingkat terpaan penggunaan akun Instagram @infosumbar? (5) bagaimana hubungan antara tingkat terpaan penggunaan akun Instagram @infosumbar dengan efektivitas akun Instagram @infosumbar sebagai media penyebaran informasi sejarah dan budaya Minangkabau?

METODE PENELITIAN

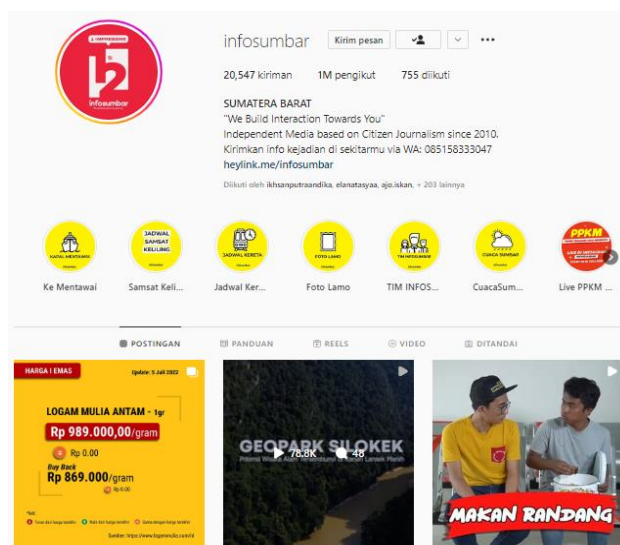
Penelitian mengenai Efektivitas Akun Instagram @infosumbar sebagai Media Penyebaran Informasi Sejarah dan Budaya Minangkabau dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang didukung oleh data kualitatif. Pendekatan kuantitatif dilakukan dengan metode penelitian survei dengan data primer diperoleh dari hasil olahan kuesioner dan hasil observasi peneliti terhadap aktivitas akun Instagram @infosumbar. Data kualitatif diperoleh melalui wawancara mendalam kepada informan yang memiliki peranan dalam pengelolaan akun media sosial Instagram @infosumbar. Pengambilan data untuk penelitian dimulai pada bulan April 2022 hingga bulan Juni 2022. Unit analisis penelitian ini adalah individu. Sementara populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 944 ribu yang tercatat sebagai pengikut aktif Instagram @infosumbar hingga 10 Februari 2022. Berdasarkan populasi tersebut, responden pada penelitian ini dipilih dengan teknik *purposive sampling* dan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan batas toleransi kesalahan sebesar 10 persen, yaitu:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \dots \dots \dots (1)$$

Jumlah sampel yang didapatkan adalah sebanyak 100 responden dengan beberapa kriteria di antaranya: (1) responden yang berusia minimal 16 tahun, (2) pengikut aktif akun Instagram @infosumbar (2) pernah mengakses informasi sejarah dan budaya Minangkabau pada akun Instagram @infosumbar, serta (4) bersedia menjadi responden sebagai sumber data primer yang diperlukan. Data kuantitatif serta korelasi antar variabel akan diolah menggunakan aplikasi Microsoft Excel 2016 dan IBM SPSS Statistics 26. Sementara data kualitatif diolah melalui tahapan penyederhanaan data sesuai topik penelitian dan penyusunan data menjadi serangkaian kata-kata ke dalam sebuah laporan hingga dapat dijadikan pendukung data kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Akun Instagram @infosumbar



Gambar 1 Tampilan akun Instagram @infosumbar

Akun Instagram @infosumbar berada dibawah naungan PT Infosumbar Media Kreasi. Saat penelitian berlangsung yakni pada tanggal 10 Februari 2022, akun Instagram @infosumbar telah memiliki pengikut sebanyak 944 ribu. Sementara Gambar 5.1 diambil pada tanggal 26 Juni 2022 menunjukkan bahwa jumlah *followers* pada akun Instagram @infosumbar sebanyak satu juta *followers*. Artinya dalam kurun waktu 4 bulan, *followers* akun Instagram @infosumbar telah bertambah sebanyak 54 ribu *followers*. Angka ini menunjukkan bahwa akun Instagram @infosumbar terus mengalami perkembangan setiap harinya. Hal ini menjadi alasan PT Infosumbar memilih Instagram sebagai media sosial utama dalam menyebarkan informasi karena memiliki pengikut terbanyak dibandingkan media sosial lainnya yang dimiliki PT Infosumbar. Akun Instagram @infosumbar tidak memiliki penataan warna *feeds* secara khusus, namun mengutamakan isi konten atau informasi yang diunggah setiap harinya. Akun Instagram @infosumbar dapat mengunggah konten dalam satu harinya sebanyak 7 sampai 15 postingan. Jenis konten yang diunggah pun akan berbeda-beda sesuai urgensi postingan pada hari tersebut. Berikut perincian aktivitas akun Instagram @infosumbar dalam mengunggah postingan berdasarkan ragam jenis konten yang dimiliki (per tanggal 1-7 April 2022).

Tabel 1. Jenis Konten Unggahan Akun Instagram @infosumbar pada bulan April 2022

Jenis Konten	Jumlah Konten
Informasi bencana	9
Informasi berita/ kejadian/peristiwa	108
Informasi sejarah dan budaya Minangkabau	25
Konten hiburan	77
Konten Edukatif	9
Konten <i>marketing</i> /iklan	121
Total	349

Sumber: Hasil observasi peneliti (April 2022)

Berdasarkan Tabel 1, jenis konten yang terdapat pada akun Instagram @infosumbar terdiri atas beberapa jenis informasi yaitu informasi bencana, informasi berita/kejadian/peristiwa, informasi sejarah dan kebudayaan, konten hiburan, konten edukatif dan konten iklan yang menjadi pendapatan PT Infosumbar. Penelitian ini difokuskan pada jenis konten informasi sejarah dan budaya Minangkabau. Namun pada Tabel 1 terlihat bahwa postingan akun Instagram @infosumbar didominasi oleh konten iklan. Hal ini dikarenakan akun Instagram @infosumbar tidak memiliki *timeline* khusus dan perencanaan terstruktur dalam melakukan unggahan. Waktu dan frekuensi konten unggahan dalam satu harinya hanya didasarkan oleh urgensi keadaan secara *real time* serta tuntutan dari aktivitas periklanan yang memang dijadikan sumber pendapatan utama bagi PT Infosumbar.

Karakteristik Pengikut Akun Instagram @infosumbar

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang, di mana seluruh responden merupakan pengikut aktif akun Instagram @infosumbar dan pernah mengakses informasi sejarah dan budaya dalam enam bulan terakhir pada akun tersebut. Responden dicirikan dengan karakteristik individu meliputi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan domisili.

Usia. Kategori usia pada penelitian ini ditetapkan berdasarkan pengelompokan usia menurut Kopperschmidt (dalam Putra 2016) yakni: (1) generasi X (1960–1980), (2) generasi Y atau milenial (1981–1995), dan (3) generasi Z (1996–2010). Data penelitian menunjukkan bahwa pengikut dari akun Instagram @infosumbar didominasi oleh Generasi Z atau kelompok umur 12-26 tahun dengan persentase 78 persen (78 orang). Berdasarkan observasi peneliti, penggunaan Instagram saat ini memang didominasi oleh kaum muda untuk memenuhi berbagai kebutuhan informasi yang mereka inginkan. Hal ini sejalan dengan hasil riset Databoks tahun 2021, mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah dari kaum muda yang berada pada kelompok usia 18-24 tahun.

Jenis Kelamin. Hasil penelitian menunjukkan jumlah responden laki-laki dan perempuan tidak berbeda jauh. Jumlah responden perempuan pada penelitian ini lebih banyak (55 orang) dibandingkan responden laki-laki (45 orang). Hal ini sesuai dengan hasil observasi lapang dan informasi yang diperoleh, perempuan cenderung memanfaatkan waktu luangnya untuk mengakses media sosial.

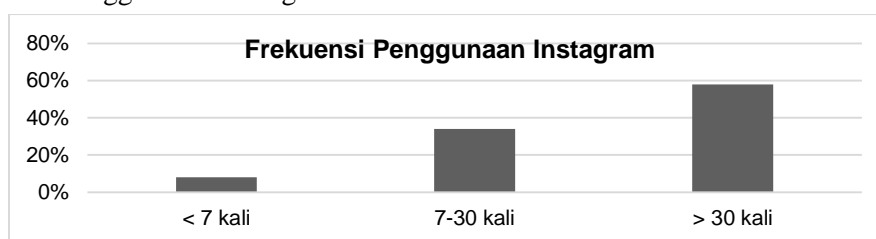
Tingkat Pendidikan. Data lapang menunjukkan hanya terdapat 4 kategori pendidikan formal yang ditempuh oleh responden, yakni tamat SMA/ sederajat sebanyak 43 orang, diploma sebanyak 6 orang, sarjana sebanyak 42 orang, dan pascasarjana sebanyak 9 orang. Persentase pendidikan terbesar berada pada tingkat tamat SMA dan sarjana.

Jenis Pekerjaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa mendominasi jenis pekerjaan yakni sebanyak 56 persen (56 orang). Selain itu, terdapat berbagai jenis pekerjaan lainnya yang digeluti oleh pengikut akun Instagram @infosumbar yakni siswa sebanyak 3 orang, pegawai BUMN sebanyak 1 orang, Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebanyak 4 orang, pegawai swasta sebanyak 12 orang, wiraswasta 5 orang, ibu rumah tangga sebanyak 7 orang dan jenis pekerjaan lainnya sebanyak 12 orang.

Domisili. Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat bahwa persentase terbesar pengikut akun Instagram @infosumbar berasal dari domisili Sumatra Barat yakni sebanyak 90 orang atau 90 persen dan sisanya yakni sebanyak 10 orang atau 10 persen merupakan domisili Luar Sumatra Barat. Hal ini menunjukkan bahwa informasi budaya dan sejarah Minangkabau yang disebarkan oleh akun Instagram @infosumbar tidak hanya menjangkau wilayah terdekat atau lokal saja namun juga luar pulau sekalipun.

Terpaan Responden pada Akun Instagram @Infosumbar

Frekuensi Melihat Akun Instagram @infosumbar Frekuensi penggunaan Instagram dapat diukur dengan melihat berapa kali responden melihat, membuka atau bermain Instagram dalam satuan kali/minggu. Jika dilihat pada Gambar 2, mayoritas responden yakni sebesar 58 persen selalu menggunakan media sosial Instagram sehari-harinya. Artinya, responden telah mengakses media sosial Instagram sebanyak lebih dari 30 kali dalam satu minggu. Berbagai alasan responden dalam menggunakan media sosial seperti pengisi waktu luang, menghilangkan rasa bosan, melihat aktivitas orang lain melalui Instagram *story*, hingga mencari informasi-informasi terkini. Hal inilah yang menjadi alasan tingginya penggunaan Instagram pada seseorang. Adapun perbedaan pada masing-masing frekuensi ini disebabkan adanya keperluan dan tujuan yang berbeda-beda pada setiap responden dalam menggunakan Instagram.



Gambar 2. Persentase responden berdasarkan frekuensi penggunaan Instagram dalam satuan kali/minggu

Akun Instagram @infosumbar aktif dalam mengunggah informasi seputar Sumatra Barat setiap harinya. Sehingga frekuensi dalam penelitian ini dapat diukur dari berapa kali responden telah melihat aktivitas akun Instagram @infosumbar dalam kurun waktu satu minggu sebagai media pemenuhan informasi. Frekuensi dikategorikan menjadi tiga tingkatan yakni jarang (1 kali), sering (2-5 kali), dan selalu (>5 kali) yang dapat dilihat dari Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah dan persentase responden berdasarkan tingkat frekuensi melihat akun Instagram @infosumbar

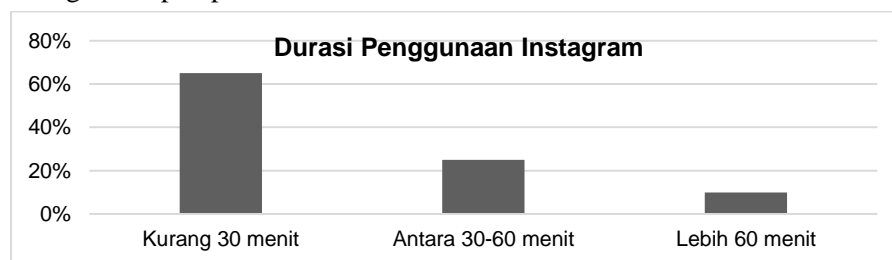
Frekuensi	Jumlah (n)	Persentase (%)
Jarang (1 kali)	25	25
Sering (2-5 kali)	61	61
Selalu (>5 kali)	14	14
Total	100	100

Sumber: diolah dari data primer (2022)

Dilihat pada Tabel 2, sebanyak 61 persen frekuensi responden dalam melihat akun Instagram @infosumbar berada di antara 2 hingga 5 kali, rentangan tersebut artinya responden sering melihat akun Instagram @infosumbar. Secara keseluruhan, semua responden telah melihat dan mengunjungi akun Instagram @infosumbar minimal satu kali dalam seminggu. Hal ini dituturkan oleh responden sebagai berikut.

“Saya cukup sering buka Instagram, bisa 5-10 kali dalam sehari. Saya bisa lihat berbagai hal baik untuk menghilangkan rasa bosan atau sekadar update informasi terbaru. Nah kalau melihat unggahan dari akun Instagram @infosumbar sendiri minimal ada satu kali dalam sehari.” (GA, Padang, 04/07/2022)

Durasi Melihat Akun Instagram @infosumbar. Durasi penggunaan Instagram dapat diukur dari lamanya responden melihat, membuka atau bermain Instagram dalam sekali akses. Jika dilihat pada Gambar 3, ditemukan bahwa sebanyak 65 persen responden menggunakan Instagram dengan durasi kurang dari 30 menit per sekali penggunaan. Sementara itu, sebanyak 25 persen responden menghabiskan waktu antara 30-60 menit dan sebanyak 10 persen menghabiskan waktu lebih dari 60 menit untuk menggunakan Instagram dalam sekali akses. Hal ini dapat terjadi karena sebagian besar responden merupakan generasi Z dan berprofesi sebagai mahasiswa yang memang kegiatan perkuliahan mereka tidak jauh dari aktivitas bersifat *online* sehingga memudahkan mereka mengakses media sosial Instagram kapan pun.



Gambar 3 Persentase responden berdasarkan durasi penggunaan Instagram dalam satu kali akses

Setiap responden memiliki durasi yang berbeda-beda melihat akun Instagram @infosumbar. Durasi melihat Instagram @infosumbar dikategorikan menjadi tiga tingkatan yakni sebentar (<5 menit/akses), cukup lama (5-15 menit/akses), dan lama (>15 menit/akses), dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3 Jumlah dan persentase responden berdasarkan tingkat durasi melihat akun Instagram @infosumbar

Durasi	Jumlah (n)	Persentase (%)
Sebentar (<5 menit/akses)	56	56
Cukup lama (5-15 menit/akses)	38	38
Lama (>15 menit/akses)	6	6
Total	100	100

Sumber: diolah dari data primer (2022)

Jika dilihat pada Tabel 3 (halaman 473) mayoritas responden yang merupakan pengikut aktif akun Instagram @infosumbar berada pada kategori sebentar dalam melihat akun Instagram @infosumbar hanya kurang dari 5 menit/aksesnya yaitu sebesar 56 persen (56 orang). Mayoritas responden beralasan bahwa mereka hanya melihat postingan akun Instagram yang ada beranda akun Instagram pribadi. Bahkan dengan hanya membaca informasi pada postingan tersebut maka cukup mewakili rasa keingintahuannya. Lain halnya pada responden yang menghabiskan waktu cukup lama dan lama dalam melihat akun Instagram @infosumbar, mereka akan mengunjungi akun Instagram @infosumbar untuk mencari informasi bahkan hingga membaca komentar atau mengirimkan kembali postingan tersebut kepada orang lain.

Atensi Penggunaan Instagram @infosumbar. Atensi terhadap penggunaan Instagram di sini diartikan seberapa perhatian responden penelitian terhadap aktivitas sebuah akun Instagram sebagai media penyebaran informasi. Hasil dalam penelitian atensi didapatkan dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden seperti perhatian terhadap penyebaran informasi sejarah dan kebudayaan di Instagram @infosumbar serta aktif atau tidaknya mereka dalam berkomunikasi seperti pemberian *like* dan *comment*, *me-reply story*, mengikuti *live* dan aktivitas komunikasi lainnya seperti pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Jumlah dan persentase responden berdasarkan tingkat atensi pada akun Instagram @infosumbar

Atensi	Jumlah (n)	Persentase (%)
Rendah	62	62
Sedang	31	31
Tinggi	7	7
Total	100	100

Sumber: diolah dari data primer (2022)

Jika dilihat pada Tabel 4, tingkat atensi mayoritas responden berada pada kategori rendah yaitu sebesar 62 persen (62 orang). Hal ini dikarenakan waktu yang dihabiskan responden untuk mengakses akun Instagram @infosumbar hanya sebentar dan mereka hanya membutuhkan informasi yang disampaikan melalui postingan tanpa perlu terlibat aktif berkomunikasi dalam setiap postingan informasi tersebut. Bentuk atensi yang diberikan mayoritas pengikut akun Instagram @infosumbar hanya sebuah *like* pada postingan. Tim media sosial Infosumbar pun ikut menuturkan perihal atensi *followers* terhadap akun Instagram @infosumbar yang cukup rendah, sebagai berikut.

“Bentuk atensi dari follower kami memang kurang, karena itu kami terus berupaya untuk menjaga engage bersama mereka dengan memaksimalkan penggunaan fitur Instagram. Kami sering mengadakan live streaming saat ada event/kegiatan, mengadakan QnA session via Instastory, atau bahkan mengunggah games seperti TTS pada feeds Instagram” (N, tim media sosial @infosumbar)

Efektivitas Akun Instagram @infosumbar

Dalam suatu proses komunikasi, efektivitas terjadi jika informasi atau pesan yang disampaikan menimbulkan efek atau reaksi berupa perubahan yang terjadi dalam diri penerima Berikut dibahas mengenai faktor efektivitas akun Instagram @infosumbar mengenai kognitif, afektif dan konatif yang didapatkan oleh responden.

Kognitif. Analisis efektivitas akun Instagram @infosumbar dalam ranah kognitif digunakan untuk melihat tingkat penambahan pengetahuan responden terhadap informasi sejarah dan budaya Minangkabau yang rutin dibagikan oleh akun Instagram @infosumbar. Hasil pengolahan data ditampilkan pada Tabel 5 berikut.

Tabel 5 Jumlah dan persentase responden berdasarkan tingkat kognitif penggunaan akun Instagram @infosumbar sebagai media penyebaran informasi sejarah dan budaya Minangkabau tahun 2022

Kognitif	Jumlah (n)	Persentase (%)
Rendah (0-5)	2	1
Sedang (6-10)	38	32
Tinggi (11-15)	60	67
Total	100	100

Sumber: diolah dari data primer (2022)

Berdasarkan Tabel 5 (halaman 474), mayoritas responden berada pada kategori efektivitas kognitif tingkat tinggi yakni sebanyak 60 orang yang mampu menjawab pertanyaan pengetahuan seputar sejarah dan budaya Minangkabau dengan rentang total skor nilai 11-15. Hal ini dikarenakan informasi yang diunggah pada akun Instagram @infosumbar selain memberikan pengetahuan baru, informasi yang diunggah juga sering kali merupakan informasi umum yang memang sudah diketahui oleh responden. Sehingga saat pengisian kuesioner penelitian, mayoritas responden dapat dengan mudah memahami dan menjawab pertanyaan pengetahuan dengan mudah. Berikut pernyataan responden yang menyatakan bahwa pengetahuan mereka bertambah setelah melihat unggahan dari akun Instagram @infosumbar.

“Menurut saya informasi sejarah dan budaya Minang yang di unggah di Infosumbar sangat bermanfaat buat saya sendiri apalagi saya bukan asli Minang dan hanya menikah dengan orang Minang. Karena banyak hal yang belum saya ketahui tentang Minangkabau. Adapun sebagian yang diketahui bisa saya cocokkan lagi di postingan di Infosumbar.” (U, Padang, 05/07/2022)

Afektif. Analisis efektivitas akun Instagram @infosumbar dalam afektif digunakan untuk melihat sejauh mana perasaan responden terhadap informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @infosumbar. Hasil pengolahan data ditampilkan pada Tabel 6 berikut.

Tabel 6. Jumlah dan persentase responden berdasarkan tingkat kognitif penggunaan akun Instagram @infosumbar sebagai media penyebaran informasi sejarah dan budaya Minangkabau tahun 2022

Afektif	Jumlah (n)	Persentase (%)
Rendah (9-18)	1	1
Sedang (19-27)	19	19
Tinggi (28-36)	80	80
Total	100	100

Sumber: diolah dari data primer (2022)

Berdasarkan Tabel 6, mayoritas responden berada pada kategori efektivitas afektif tingkat tinggi yakni persentase sebesar 80 persen. Hal ini menunjukkan responden cukup puas dan menyukai unggahan akun Instagram @infosumbar. Responden mengakui bahwa informasi sejarah dan budaya Minang unggahan akun Instagram @infosumbar menimbulkan rasa kebanggaan responden tentang kekayaan sejarah dan budaya Minang itu sendiri, terkhusus dalam hal kuliner, penggunaan bahasa dan produk kejadian khas Minangkabau. Berikut pemaparan responden terkait hal tersebut.

“Saya merasa senang sekaligus bangga. Alhamdulillah masih ada media yang mau mengekspos kebudayaan Minang yang memang jarang dilakukan. Bahkan etnis Minang sendiri pun belum tentu tahu tentang sejarah dan budaya dari nagari asal mereka sendiri.” (MAI, Bogor, 04/07/2022)

Konatif. Analisis efektivitas akun Instagram @infosumbar dalam ranah konatif digunakan untuk melihat sejauh mana kecenderungan responden, berhubungan dengan perilaku ataupun kegiatan untuk terlibat dalam pemeliharaan dan pelestarian kebudayaan Minang setelah mengakses akun Instagram @infosumbar. Hasil pengolahan data ditampilkan pada Tabel 7 berikut.

Tabel 7. Jumlah dan persentase responden berdasarkan tingkat kognitif penggunaan akun Instagram @infosumbar sebagai media penyebaran informasi sejarah dan budaya Minangkabau tahun 2022

Konatif	Jumlah (n)	Persentase (%)
Rendah (9-18)	5	5
Sedang (19-27)	42	42
Tinggi (28-36)	53	53
Total	100	100

Sumber: diolah dari data primer (2022)

Berdasarkan Tabel 7, mayoritas responden berada pada kategori efektivitas afektif tingkat tinggi yakni persentase sebesar 53 persen. Namun tidak berbeda jauh, sebanyak 42 responden tergolong dalam kategori efektivitas konatif sedang. Artinya, mayoritas responden sudah mampu memahami isi pesan pada unggahan dengan baik dan ingin ikut berkontribusi dalam pelestarian kebudayaan Minang baik

secara langsung ataupun tidak, salah satunya seperti penyebaran informasi kembali hingga membeli produk kerajinan asal Minang. Hal ini dikemukakan oleh responden sebagai berikut.

“Isi pesan dari unggahan @infosumbar mudah dipahami dan saya sesekali membagikan kembali postingan Infosumbar ke story atau grup WA, biar orang-orang juga bisa dapat wawasan budaya Minang yang mungkin juga baru bagi mereka.” (MAI, Bogor, 04/07/2022)

Hubungan Karakteristik Pengikut Akun Instagram @infosumbar dengan Tingkat Terpaan Penggunaan Media Sosial Instagram Infosumbar

Karakteristik individu merupakan ciri yang melekat pada diri responden yang mempengaruhi bagaimana seseorang berperilaku. Karakteristik responden Infosumbar dalam penelitian ini dilihat dari umur, jenis kelamin, pendidikan, jenis pekerjaan, dan domisili. Kelima variabel tersebut dihubungkan dengan variabel lain yaitu tingkat terpaan responden pada akun Instagram @infosumbar yang terdiri dari frekuensi, durasi dan atensi. Hubungan kedua variabel disajikan pada Tabel 8 berikut.

Tabel 8. Hasil uji korelasi antara tingkat karakteristik pengikut akun Instagram @infosumbar dengan tingkat terpaan penggunaan media sosial Instagram Infosumbar tahun 2022

Karakteristik Responden	Terpaan	
	Nilai Koef.	Sig* / p value
Usia	-0,094	0,350
Jenis Kelamin	2,654	0,625
Tingkat Pendidikan	0,021	0,839
Jenis Pekerjaan	21,985	0,079
Domisili	1,995	0,369

Sumber: diolah dari data primer (2022)

Berdasarkan Tabel 8, terlihat hasil uji statistik korelasi menggunakan *Rank Spearman* antara usia dengan tingkat terpaan penggunaan media sosial Instagram @infosumbar responden, didapatkan nilai *p value* sebesar $0,350 > 0,05$ dan koefisien korelasi sebesar $-0,094$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan dengan korelasi sangat lemah dan tidak searah. Hasil di lapang menunjukkan bahwa terdapat variasi usia di antara para responden yang menggunakan Instagram sehingga disimpulkan kategori usia tidak jadi penghalang mereka untuk mengakses Instagram. Sementara itu, hasil perhitungan uji statistik menggunakan *Chi Square* menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-sided)* sebesar $0,625$ dengan koefisien korelasi sebesar $2,654$ yang berarti tidak terdapat hubungan yang signifikan antara jenis kelamin responden dengan tingkat terpaan penggunaan media sosial Instagram @infosumbar. Hal ini dikarenakan laki-laki dan perempuan sama-sama memiliki kesempatan mengakses unggahan akun Instagram @infosumbar untuk tujuan yang sama, hanya saja intensitas, durasi dan perhatian yang diberikan untuk akun Instagram @infosumbar lebih tinggi pada laki-laki dibandingkan perempuan. Kemudian hasil uji korelasi menggunakan *Rank Spearman* antara tingkat pendidikan dengan tingkat terpaan penggunaan media sosial Instagram @infosumbar responden didapatkan nilai *p value* sebesar $0,839 > 0,05$ dengan koefisien korelasi sebesar $0,021$. Hasil ini menunjukkan bahwa pendidikan formal terakhir tidak mempunyai hubungan yang signifikan dan korelasi sangat lemah dengan tingkat terpaan. Fakta di lapangan juga membuktikan bahwa responden dengan tingkat pendidikan formal terakhir apa saja bisa mengakses Instagram. Hasil perhitungan uji *Chi Square* antara indikator jenis pekerjaan dengan tingkat terpaan penggunaan media sosial Instagram @infosumbar responden didapatkan nilai *Asymp. Sig. (2-sided)* $0,079 > 0,05$ dan korelasi koefisien $21,985$. Artinya tidak adanya hubungan yang signifikan antara jenis pekerjaan dengan tingkat terpaan penggunaan media sosial Instagram. Responden menyatakan bahwa jenis pekerjaan tidak berdampak pada keseringan seseorang untuk mengakses akun Instagram @infosumbar. Pada indikator kelima, hasil perhitungan uji *Chi Square* antara indikator domisi dengan tingkat terpaan penggunaan media sosial Instagram @infosumbar responden didapatkan nilai *Asymp. Sig. (2-sided)* $0,369 > 0,05$ dengan koefisien korelasi sebesar $1,995$ yang berarti tidak ada hubungan signifikan antara keduanya. Hal ini terjadi karena responden yang berdomisili di wilayah mana pun memiliki kesempatan yang sama untuk memperoleh seluruh informasi yang tersedia pada akun Instagram @infosumbar. Ketika responden memiliki kemampuan untuk mengakses informasi pada akun Instagram @infosumbar maka responden memiliki kesempatan yang sama dalam hal frekuensi, durasi dan atensi terhadap akun Instagram @infosumbar.

Berdasarkan pemaparan tersebut, disimpulkan bahwa tidak terdapatnya indikator karakteristik individu yang berhubungan dengan tingkat terpaan penggunaan media sosial Instagram @infosumbar (H1

ditolak dan H0 diterima) setelah diuji korelasi menggunakan Rank Spearman dan Chi Square, karena diperoleh nilai $p\text{ value} > 0,05$ untuk kelima indikator tersebut. Sejalan dengan penelitian Mulya (2020), beberapa indikator karakteristik individu seperti usia, pendidikan dan jenis pekerjaan tidak memiliki hubungan signifikan dengan terpaan penggunaan media sosial. PT Infosumar Media Kreasi juga menyatakan bahwa informasi yang diunggah oleh akun Instagram @infosumar bebas diakses oleh siapa saja, terlepas dari usia, jenis kelamin, hingga keberadaan mereka saat mengakses postingan akun Instagram @infosumar.

Hubungan Tingkat Terpaan Penggunaan Media Sosial Instagram Infosumar dengan Efektivitas Instagram @infosumar sebagai Media Penyebaran Informasi Sejarah dan Budaya Minangkabau

Akun Instagram @infosumar sebagai salah satu akun media sosial Instagram yang menjalankan fungsinya untuk menyebar informasi seputar Sumatra Barat. Komunikasi yang efektif akan terjadi bila pesan yang disampaikan memberikan efek kepada masyarakat. Effendy (2005) menyatakan bahwa komunikasi dapat dikatakan efektif jika dapat menimbulkan dampak pada ranah kognitif, afektif, dan konatif. Tingkat terpaan responden pada akun Instagram @infosumar diharapkan membuat akun Instagram @infosumar efektif sebagai media penyebar informasi sejarah dan budaya Minangkabau. Hubungan kedua variabel disajikan pada Tabel 9 berikut.

Tabel 9. Hasil uji korelasi Tingkat Terpaan Penggunaan Media Sosial Instagram Infosumar dengan Efektivitas Instagram @infosumar sebagai Media Penyebaran Informasi Sejarah dan Budaya Minangkabau tahun 2022

Terpaan	Efektivitas		
	Kognitif	Afektif	Konatif
Nilai Koef.	0,027	0,029	0,001
Sig*	0,222*	0,219*	0,315**

Sumber: diolah dari data primer (2022)

Berdasarkan Tabel 9, hasil uji statistik korelasi menggunakan *Rank Spearman* antara tingkat terpaan dengan tingkat efektivitas ranah kognitif didapatkan nilai $p\text{ value}$ sebesar $0,027 < 0,05$ dengan koefisien korelasi sebesar $0,222^*$. Hal tersebut mengartikan bahwa adanya hubungan yang signifikan dengan korelasi lemah antara tingkat terpaan dengan tingkat efektivitas ranah kognitif. Responden menyatakan bahwa semakin lama membaca informasi dari postingan akun Instagram @infosumar, responden semakin tahu dan paham dengan sejarah dan kegiatan budaya Minang yang ada. Sementara itu, hasil uji statistik korelasi menggunakan *Rank Spearman* antara tingkat terpaan dengan tingkat efektivitas ranah afektif didapatkan nilai $p\text{ value}$ sebesar $0,029 < 0,05$ dengan koefisien korelasi sebesar $0,219$. Artinya terdapat hubungan yang signifikan dengan korelasi lemah antara tingkat terpaan dengan tingkat efektivitas ranah afektif. Dalam hal ini, mayoritas responden mengatakan bahwa mereka cukup sering mengakses akun Instagram @infosumar dan cukup puas terhadap unggahan-unggahan dari akun Instagram @infosumar. Setelah mengakses Instagram @infosumar, muncul rasa bangga yang cukup dirasakan oleh responden terhadap informasi budaya yang disampaikan. Kemudian, hasil uji statistik korelasi menggunakan *Rank Spearman* antara tingkat terpaan dengan tingkat efektivitas ranah konatif didapatkan nilai $p\text{ value}$ sebesar $0,001 < 0,05$ dengan koefisien korelasi sebesar $0,315^{**}$. Artinya terdapat hubungan yang signifikan dengan korelasi lemah antara keduanya. Responden mengatakan bahwa mereka sering melihat postingan pada akun Instagram @infosumar sehingga mereka paham dengan isi pesan yang disampaikan dan berkeinginan untuk aktif mengikuti kegiatan kebudayaan Minang sebagai bentuk kontribusi mereka baik secara langsung ataupun tidak.

Berdasarkan pemaparan tersebut, disimpulkan bahwa ketiga indikator pada variabel efektivitas memiliki hubungan yang signifikan dengan tingkat terpaan responden. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada ketiga indikator dengan $p\text{ value} < 0,05$. Maka, H1 diterima dan H0 ditolak, artinya terdapat hubungan signifikan antara efektivitas ranah kognitif, afektif dan konatif dengan tingkat terpaan responden pada akun Instagram @infosumar. Ketiga tingkat efektivitas tersebut memiliki hubungan dengan korelasi lemah. Hal ini dikarenakan kurangnya frekuensi dan durasi responden untuk membaca informasi sejarah dan budaya dari akun Instagram @infosumar yang rata-rata hanya membutuhkan waktu < 5 kali dan < 5 menit per aksesnya. Meskipun durasi akses responden terhadap akun Instagram @infosumar rendah, mereka bisa saja memiliki tingkat kognitif yang tinggi dikarenakan beberapa informasi sejarah dan budaya Minang yang diunggah memang

merupakan informasi yang sudah diketahui oleh responden. Kemudian bentuk atensi yang diberikan sebagian besar responden hanya respons *like* pada unggahan akun Instagram @infosumbar. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mulyana (2002) yang menunjukkan bahwa terpaan sebuah informasi pada media sosial yang tinggi berkaitan erat dengan frekuensi, durasi dan atensi yang tinggi. Artinya semakin sering dan lama responden mengakses akun Instagram @infosumbar serta tingginya atensi yang diberikan maka responden akan semakin paham dengan sejarah dan budaya Minang seiring bertambahnya pengetahuan, semakin timbul rasa bangga dan peduli terhadap pelestarian sejarah dan budaya Minang, serta semakin tingginya ketertarikan responden untuk berpartisipasi dalam pemeliharaan dan pelestarian sejarah dan budaya Minang baik secara langsung maupun dengan dukungan media sosial.

KESIMPULAN

Karakteristik pengikut akun Instagram @infosumbar didominasi oleh kelompok Generasi Z dalam rentang usia 16-26 tahun, mayoritas berjenis kelamin perempuan namun tidak berbeda jauh dengan laki-laki. Pendidikan terakhir yang sudah ditempuh pengikut akun Instagram @infosumbar adalah tamat SMA/ sederajat, memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa, serta mayoritas berdomisili di Sumatra Barat.

Tingkat terpaan responden pada akun Instagram @infosumbar dilihat dari indikator frekuensi, durasi dan atensi. Secara keseluruhan, frekuensi responden yang selalu mengakses Instagram dalam satu minggu disebabkan oleh terbiasanya responden menggunakan Instagram dibandingkan media sosial lain serta beragam informasi dapat dengan mudah diakses melalui Instagram. Berbeda dengan indikator durasi dan atensi responden dalam mengakses @infosumbar yang masuk kategori sebentar dan rendah yang disebabkan oleh antusiasme responden saat melihat unggahan @infosumbar tergantung situasi dan kebutuhan sehingga hanya memakan waktu sedikit untuk melihat unggahan dan berinteraksi dalam akun Instagram @infosumbar. Responden lebih sering menghabiskan waktu untuk mengakses konten hiburan dibandingkan konten informasi seperti yang diunggah akun Instagram @infosumbar dalam mengisi waktu luang, sehingga perhatian yang diberikan kepada akun Instagram @infosumbar ikut menyesuaikan dengan perilaku responden dalam mengakses media sosial. Selain itu, intensitas konten informasi yang diunggah oleh akun Instagram @infosumbar tergolong sedikit dibandingkan jenis konten lainnya.

Tingkat efektivitas akun Instagram @infosumbar dalam ranah kognitif, afektif dan konatif pada mayoritas responden berada pada kategori tinggi. Hal ini dikarenakan selain postingan yang diunggah oleh akun Instagram @infosumbar mampu menambah pengetahuan responden, beberapa unggahan konten informasi tersebut juga merupakan informasi yang memang sudah diketahui oleh responden. Sementara itu, responden cenderung puas dengan unggahan-unggahan akun Instagram @infosumbar dan memiliki keinginan untuk aktif berkontribusi dalam pemeliharaan dan pelestarian budaya Minang.

Hubungan antara karakteristik pengikut akun Instagram @infosumbar dengan tingkat terpaan tidak signifikan karena nilai *p value* >0,05. PT Infosumbar Media Kreasi juga menyatakan bahwa informasi yang diunggah akun Instagram @infosumbar bebas diakses oleh siapa saja, terlepas dari usia, jenis kelamin, hingga keberadaan mereka saat mengakses akun Instagram @infosumbar.

Hubungan yang signifikan antara tingkat terpaan responden dengan tingkat efektivitas akun Instagram @infosumbar. Hasil penelitian menunjukkan nilai ketiga *p value* < 0,05. Variabel efektivitas terdiri dari aspek ranah kognitif, afektif dan konatif. Korelasi antara variabel tingkat terpaan dengan efektivitas ranah kognitif, afektif dan konatif dinilai lemah karena kurangnya tingkat terpaan responden untuk mengakses informasi sejarah dan budaya yang diunggah oleh akun Instagram @infosumbar yang rata-rata hanya membutuhkan waktu <5 kali serta rendahnya perhatian yang diberikan oleh responden.

ACKNOWLEDGEMENT

Tulisan ini merupakan bagian tak terpisahkan dan ekstraksi dari beberapa bagian skripsi penulis pertama yang berjudul “Efektivitas Akun Instagram @infosumbar sebagai Media Penyebaran Informasi Sejarah dan Budaya Minangkabau”.

DAFTAR PUSTAKA

[APJII] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2019. Laporan Survei Penetrasi & Profil

- Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2019-2020. Tersedia pada: www.apjiii.or.id/content/read/39/410/hasil-surveipenetrasi-dan-perilaku-pengguna-internet-indonesi-a-2019.
- Asiati DI, Septadiyanto. 2018. Karakteristik Pengguna Media Sosial. *MBIA*. 17(3): 25-36. Tersedia pada: <https://media.neliti.com/media/publications/279960-karakteristik-pengguna-media-sosial-6eb6466b.pdf>.
- Azman. 2018. Penggunaan Media Massa dan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Komunikasi. *Media Kajian Komunikasi Islam*. 1(1). DOI: 10.22373/jp.v1i1.2759.
- Data Reportal. 2022. *Digital 2022 Global Statshot Report*. Tersedia pada: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>.
- Effendy OU. 2005. Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung (ID): Remaja Rosdakarya.
- Hootsuite & We Are Social. 2022. Digital 2022 Indonesia. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>.
- Indriyani M, Bambang AA, Hapsari DT. 2020. Efektivitas Penggunaan Media Online Tirto.id Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Berita Livi Zheng. *JSJ: Jurnal Studi Jurnalistik*. 8(1):12–18. DOI:10.22236/komunika.v8i1.5714.
- Laili A, Rahmawati GD, Dzalila L. 2021. Efektivitas Akun Instagram @Jakpostimages dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *JISIP: J Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. 10(2):101-109. Tersedia pada: <http://www.publikasi.unitri.ac.id/>.
- Mulya S. 2020. Efektivitas Facebook Desa Sebagai Media Penyebaran Informasi Pembangunan Desa. Tersedia pada: <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/102447>.
- Munawwaroh PR. 2018. Pengaruh terpaan media pada akun instagram @exploresiak terhadap minat kunjungan wisata ke Siak Sri Indrapura. *JOM FISIP*. 5(1); 1-13. Tersedia pada: <https://www.neliti.com/publications/199786/pengaruh-terpaan-media-pada-akun-instagram-exploresiak-terhadap-minat-kunjungan>.
- Putra YS. 2016. *Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi*. *Among Makarti*. 9(18):123-134. DOI: 10.52353/ama.v9i2.142
- Qorib F. 2020. Pola Konsumsi Media pada Generasi Milenial Kota Malang. *Jurnal Ilmu Komunikasi: Ultimacomm*. 12(1):53-71. Tersedia pada: <https://ejournals.umh.ac.id/index.php/FIKOM/article/view/1490/904>.
- Rakhmat J. 2002. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung (ID): PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat J. 2012. Metode penelitian komunikasi dilengkapi contoh analisis statistik. Bandung (ID): PT Remaja Rosdakarya.
- Rahmawati NA, Sherlyanita AK. 2016. Pengaruh dan Pola Aktivitas Penggunaan Internet serta Media Sosial pada Siswa SMPN 52 Surabaya. *Jurnal Teknik Sistem Informasi dan Intelijen Bisnis*. 1(2). Tersedia pada: <https://e-journal.unair.ac.id/JISEBI/article/view/1394/1355>
- Riyantini R, Triarosdianan S. 2015. Efektivitas Infografis Media Online (Seurvey Pemberitaan Tempo.co pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Kopertis Wilayah III). *BINA WIDYA*. 26(1):54-61. Tersedia pada: http://library.upnvj.ac.id/pdf/artikel/Majalah_Ilmiiah%20UPN/bw-vol26-no1-mar2015/54-61.pdf
- [UUD] Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia 1945 pasal 28 F tentang kebebasan informasi.
- Zahra R dan Rina N. 2018. Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit Di Kota Bandung. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*. 6(1), 43–57. DOI:10.30656/lontar.v6i1.648.
- Zulfan I, Gumilar G. 2014. Potensi Media Sosial sebagai Sarana Pelestarian Budaya Lokal. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*. 4(11), 77–8. Tersedia pada: <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jipsi/article/view/163/166>.