
**PENGARUH KUALITAS INFORMASI INSTAGRAM @INWOMENDAILY
TERHADAP KEPUASAN FOLLOWERS
TERKAIT PEMBERDAYAAN PEREMPUAN**

Hana Fauziyyah¹⁾ Mega Ayu Permatasari ^{*2)}

¹²Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Jayabaya

^{*}) korespondensi: *megapermatasari009@gmail.com*

(Naskah Diterima 16 Agustus 2023 * Revisi 12 Oktober 2023 * Ditayangkan 10 November 2023)

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of the quality of information content on Instagram feeds @Inwomendaily on follower satisfaction regarding women's empowerment. This research aims to discuss how women are empowered through social media. The two main objects of this research are people who participate in social media activities and the social media content they manage. Analysis of social media participants illustrates the ability of women's groups to use social media. At the same time, a review of social media content will show which media content is considered empowering. The research method used is a survey method using a questionnaire and is classified as a type of qualitative research. The hypothesis method is used to test the data. The results of the research show that the greater the influence (the better) the quality of information on @inwomendaily Instagram feeds regarding women's empowerment, the greater the satisfaction obtained by followers.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi konten feeds instagram @Inwomendaily terhadap kepuasan follower terkait pemberdayaan perempuan. Penelitian ini bertujuan untuk membahas bagaimana perempuan diberdayakan melalui media sosial. Dua objek utama penelitian ini adalah orang-orang yang berpartisipasi dalam kegiatan media sosial dan konten media sosial yang mereka kelola. Analisis terhadap peserta media sosial menggambarkan kemampuan kelompok perempuan dalam menggunakan media sosial..Metode penelitian berupa metode survey menggunakan kuesioner dan tergolong jenis penelitian kualitatif. Digunakan metode hipotesa untuk menguji data. Hasil penelitian menunjukkan semakin besar pengaruhnya (semakin baik) kualitas informasi konten feeds Instagram @inwomendaily mengenai pemberdayaan perempuan, maka semakin meningkat juga kepuasan yang diperoleh followers.

Keyword: Instagram, Social Media, Women empowerment

PENDAHULUAN

Peran perempuan di Indonesia terlihat sudah menurun drastis. Menurut Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (PPPA), I Gusti Ayu Bintang Darmawati, implementasi kesetaraan *gender* di Indonesia masih belum ditemukan, khususnya di bidang pekerjaan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada bulan Agustus 2021 menunjukkan bahwa jumlah pekerja pada sektor pertambangan dan penggalian di Indonesia masih didominasi oleh laki-laki, dimana jumlah perempuan sekitar 578.000 sedangkan laki-laki 996.000.

Diskriminasi pada perempuan masih ada karena adanya subordinasi, beban ganda, marginalisasi *stereotype* baik dirumah, publik maupun tempat kerja. Indeks Pemberdayaan *Gender* (IDG) mengatakan bahwa partisipasi perempuan pada parlemen politik naik cukup signifikan, akan tetapi ada beberapa bidang masih rendah yaitu ketenagakerjaan, kepemimpinan, dan ekonomi.

Untuk itu, beberapa upaya untuk menghilangkan diskriminasi dan meningkatkan kesetaraan *gender* di Indonesia perlu dilaksanakan secara komprehensif dan simultan oleh pemerintah, organisasi sosial, tokoh masyarakat, maupun pihak swasta. Jawaban atas masalah ketimpangan *gender* yang terjadi di Indonesia, adalah dengan melakukan upaya pemberdayaan terhadap perempuan. Dengan adanya pemberdayaan, diharapkan kesetaraan *gender* dapat diwujudkan.

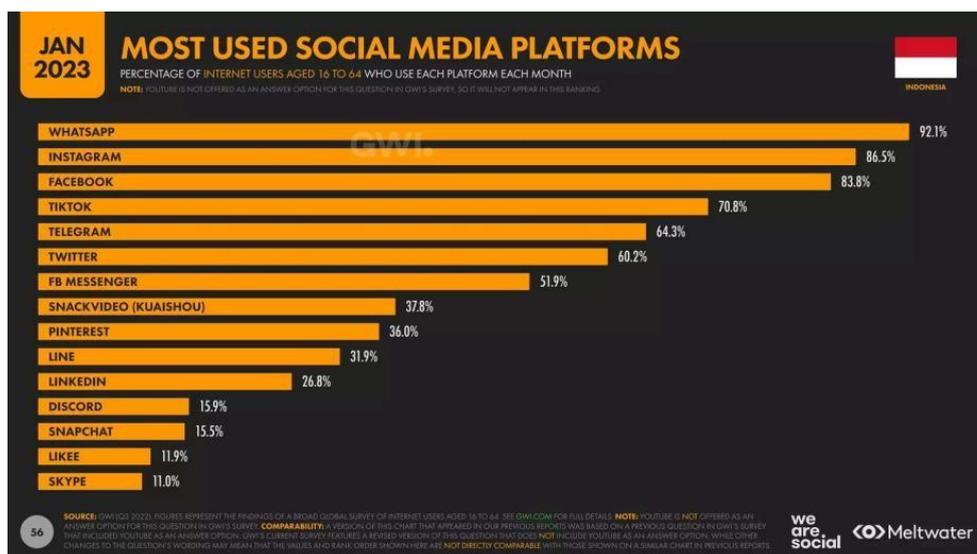
Pemberdayaan perempuan ini merupakan suatu proses penyadaran dan pembentukan kapasitas terhadap partisipasi yang lebih besar yang mengarah pada perwujudan persamaan derajat antara laki-laki dan perempuan. Pemberdayaan perempuan di saat-saat ini menjadi sesuatu yang penting agar dapat menunjukkan bahwa perempuan juga mempunyai kesempatan untuk mengembangkan dirinya. Perempuan itu bukanlah kaum yang terpuruk dan tertindas, mereka juga manusia yang mempunyai haknya untuk berpendapat dan menentukan pilihan dalam segala situasi.

Ada beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk memberdayakan perempuan adalah dengan cara penyadaran dan pembentukan perilaku yang menuju pada perilaku sadar dan peduli, sehingga ada peningkatan kapasitas untuk menciptakan masa depan. Pada tahap ini, bermaksud untuk membuka keinginan dan kesadaran akan kondisi saat itu dan mengambil strategi yang bisa menjawab keadaan dan memperbaiki. Langkah selanjutnya adalah transformasi kemampuan berupa wawasan pengetahuan, kecakapan keterampilan dan memberikan keterampilan dasar untuk mengambil peran dalam pembangunan.

Pada tahap ini, suatu proses belajar dan saling berpartisipasi, bergerak dari objek menuju pada subjek, dan selamanya menjadi pengikut, bisa menjadi pencetus, penggerak dan sebagai contoh. Langkah terakhir adalah peningkatan kemampuan intelektual dan keterampilan. Pada tahap ini, perempuan diajak untuk mau belajar dengan keterampilan, bakat, dan minat yang dimiliki, dan dapat melahirkan inovasi-inovasi yang berkembang dan akhirnya bisa mandiri serta berkontribusi dalam pembangunan

Dari langkah-langkah tersebut merupakan upaya yang perlu dilakukan sebagai bentuk dari pemberdayaan perempuan, untuk menciptakan perubahan yang lebih positif dalam mengatasi ketidaksetaraan *gender* di Indonesia. Dalam era globalisasi dan teknologi informasi yang semakin berkembang pesat, penting bagi kita untuk memanfaatkan teknologi dan media sosial untuk mempromosikan pemberdayaan perempuan. Kita dapat menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi dan kampanye yang mendukung pemberdayaan perempuan, serta memperjuangkan hak-hak perempuan.

Menurut Laporan *We Are Social* menunjukkan, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri, dan alasan utama orang Indonesia menggunakan Internet sebanyak 83,2% untuk menemukan informasi. Dengan adanya kemudahan akses informasi secara bebas kepada siapa saja membuat masyarakat saat ini lebih banyak menggunakan waktunya untuk mengakses internet maupun media sosial. Terdapat jenis *platforms* media sosial yang digunakan masyarakat Indonesia, seperti yang ditunjukkan dalam *most use social media platforms* berikut ini,

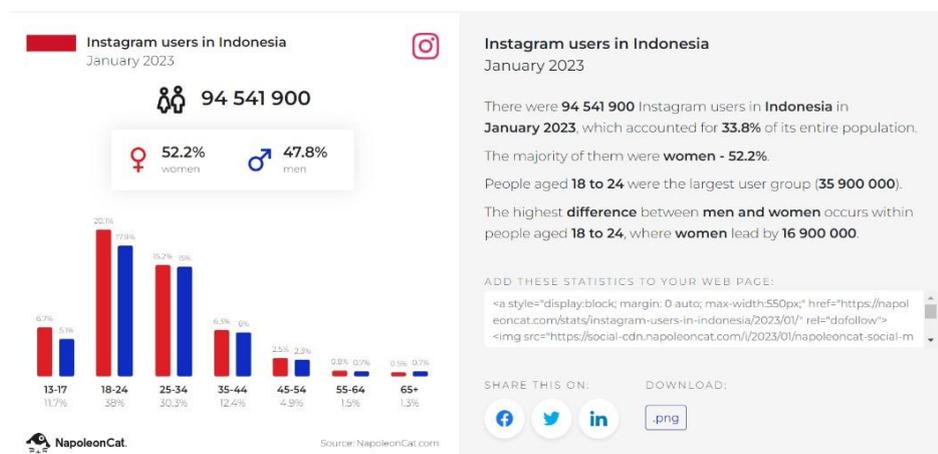


Gambar 1.1 Platform Media Sosial yang Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2023(Sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>)

Gambar diatas menunjukkan presentase pengguna berdasarkan jenis media sosial yang sering digunakan masyarakat. *We Are Social* juga mempresentasikan platform media sosial yang banyak digunakan di Indonesia pada Januari 2023, dengan peringkat pertama yaitu pengguna Whatsapp di Indonesia sebanyak 92,1% dari jumlah populasi, tahun sebelumnya 88,7% (naik). Peringkat kedua, pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 86,5% dari jumlah populasi, tahun sebelumnya 84,8% (naik). Gambar 1.1 menunjukkan bahwa Instagram menduduki peringkat kedua dalam urutan *most used social media platforms* yang dapat diartikan bahwa Instagram merupakan salah satu platforms media sosial dengan jumlah penggunaannya cukup sering. Instagram sendiri

Hana Fauziyyah et all..Jurnal Ilmu Komunikasi Citra Volume 9 (2) Desember 2023 12- 23 merupakan sebuah media yang memiliki 800 Juta pengguna di dunia sejak diluncurkan pertama kali pada 2010 (www.instagram.com).

Eksistensi Instagram sebagai media informasi, dan dianggap dapat berpengaruh dalam memperjuangkan pergerakan sosial sebagai alat yang mampu menyuarakan aspirasi kelompok minoritas yang diacuhkan. Penggunaan media sosial Instagram ialah untuk menyebarkan konten dan informasi yang dapat berbentuk sedemikian rupa dengan cepat dan mudah. Menurut data *NapoleonCat*, ada 94.541.900 pengguna Instagram di Indonesia pada Juni 2023, yang merupakan 33,8% dari seluruh populasinya. Mayoritas dari mereka adalah perempuan 52,2%. Orang berusia 18 hingga 24 tahun adalah kelompok pengguna terbesar (35.900 000). Perbedaan tertinggi antara pria dan wanita terjadi pada orang berusia 18 hingga 24 tahun, di mana wanita memimpin sebanyak 16.900.000.



Gambar 1.2 Pengguna Instagram Di Indonesia 2023

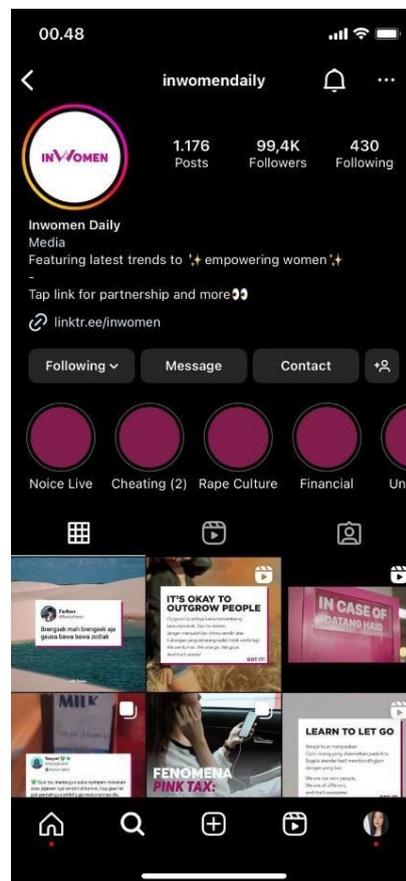
(Sumber : <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2023/01/>)

Hal inilah yang memelopori terbentuknya akun yang mengedukasi mengenai pemberdayaan perempuan di media sosial Instagram untuk memberikan kesadaran dan pengetahuan kepada masyarakat akan isu-isu perempuan krusial tersebut, khususnya di era globalisasi sekarang ini yang memungkinkan perempuan untuk berekspresi lebih leluasa.

Salah satu akun instagram yang dapat dijadikan sebagai media informasi mengenai pemberdayaan perempuan adalah akun instagram *@inwomendaily*. Akun instagram *@inwomendaily* dengan postingan pertamanya pada bulan Februari 2020. Akun instagram *@inwomendaily* memiliki pengikut sebanyak 99.400 *followers* dan konten yang telah diunggah yaitu sebanyak 1.176 postingan (Sumber:<https://www.instagram.com/inwomendaily/> diakses tanggal 10 April 2023).

Akun Instagram *@inwomendaily* memposting berbagai aktivitas, meng- update status, dan foto yang berkaitan dengan pemberdayaan perempuan. Akun ini dibuat sebagai

bentuk kampanye bagaimana seharusnya perempuan diperlakukan. Selain itu, sebagai bahan edukasi bagi perempuan mengetahui *value* yang ada pada dirinya. Karena ketidaksetaraan *gender*, dimana perempuan lebih sering menjadi bahan diskriminasi *gender* baik di lingkungan sosial dan bahkan di lingkungan pribadi. Dalam pola pikir masyarakat di Indonesia sudah tertanam dari waktu ke waktu bahwa derajat seorang perempuan lebih rendah dibandingkan laki-laki.



Gambar 1.3 : Profil Instagram @inwomendaily

(Sumber : Dokumentasi Peneliti)

Dengan adanya proses komunikasi melalui Instagram, @inwomendaily mampu dengan mudah berbagi konten-konten yang memuat berita atau informasi yang berkaitan dengan isu-isu perempuan. Akun @inwomendaily berperan sebagai komunikator serta *agent of change*, menjadi pelopor perubahan dalam lingkungan publik yang dapat mempengaruhi khalayak melalui pesan berupa informasi seputar isu-isu perempuan dan dapat dijangkau masyarakat secara luas.

Penelitian ini bertujuan untuk membahas bagaimana perempuan diberdayakan melalui media sosial. Dua objek utama penelitian ini adalah orang-orang yang berpartisipasi dalam kegiatan media sosial dan konten media sosial yang mereka kelola. Analisis terhadap peserta media sosial menggambarkan kemampuan kelompok perempuan dalam menggunakan media sosial. Pada saat yang sama, tinjauan konten media sosial akan menunjukkan konten media mana yang dianggap memberdayakan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka masalah dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi konten *feeds* instagram @*inwomendaily* terhadap kepuasan *followers* terkait pemberdayaan perempuan .

TINJAUAN TEORI

Teori Uses and Gratifications dapat diartikan media lebih tertarik dengan apa yang dilakukan seseorang sehingga media akan memenuhi kebutuhan tersebut untuk memberikan kepuasan kepada khalayak. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya yang akhirnya mendasari timbulnya istilah Uses and Gratification. (Rakhmat, 2009: 65).

Menurut Effendy (2003: 289), dalam uses and gratification yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi, dalam uses and gratification khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.

Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan (uses) isi media untuk mendapatkan pemenuhan (gratification) atas kebutuhan seseorang. Dalam teori ini media berusaha memenuhi kebutuhan khalayak supaya khalayak sehingga khalayak mendapatkan kepuasan. Jika kebutuhan khalayak terpenuhi maka akan timbul kepuasan.

Media sosial membuat pengguna dapat saling berinteraksi dan bertukar informasi dengan semua orang yang juga menggunakan dan memiliki akun media tersebut (Estiana, dkk., 2022: 80).

Menurut Shirky (2008) dalam (Nasrullah, 2015: 11), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi, bekerja sama, di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar institusional maupun organisasi.

b. Instagram

Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial berbasis Android yang menggunakan jaringan internet untuk mengaktifkannya. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, memberikan filter digital dan men-share ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk Instagram sendiri. Atmoko di dalam bukunya yang berjudul Instagram handbook mengatakan kata instagram merupakan kependekan dari kata “instant” dan “telegram” (Atmoko, 2012: 17).

c. Konten

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Penyampaian konten dapat dilakukan melalui berbagai media, baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti internet, televisi, CD audio, bahkan sekarang sudah melalui telepon genggam.

Gahrn (2005) mendefinisikan bahwa konten adalah apa yang dapat disampaikan, bisa dalam bentuk teks, gambar, suara, video, kata-kata yang diucapkan, matematika, simbol, kode Morse, music, bahasa tubuh, dan sebagainya. Dengan demikian, konten identik dengan segala bentuk materi atau informasi yang disajikan untuk disampaikan kepada publik.

d. Feed

Feed merupakan salah satu fitur unggulan yang dimiliki Instagram. Feed adalah tampilan bersusun konten (gambar dan video) yang pernah diunggah pengguna Instagram pada profilnya dan dapat dilihat ketika seseorang mengunjungi profil tersebut. Feed Instagram mengusung konsep galeri foto dengan menampilkan konten penggunaannya secara grid dalam tiga kolom bersusun. Semakin banyak konten yang diunggah, maka semakin panjang pula feed yang tersusun pada profil pengguna.

Alex dan Andrew (2018) yang merupakan founder dari Preview App, dalam tulisannya yang berjudul *Complete Instagram Guide by Preview App* menyarankan untuk mengatur tampilan feed Instagram pengguna semenarik mungkin agar mendapat exposure yaitu bertambah atau meningkatnya followers, yang mana hal ini kemudian menjadi lahan bisnis bagi beberapa orang.

Pengguna feed Instagram adalah sebagai representasi pengguna dalam memberikan expose kepada publik. Tidak dapat dipungkiri bahwa tampilan feed Instagram juga sering kali turut membentuk kesan atau citra diri penggunaannya.

e. Kualitas Informasi

Pengertian Informasi merupakan hasil pengolahan data sehingga menjadi bentuk yang penting bagi penerimanya dan mempunyai kegunaan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan yang dapat dirasakan akibatnya secara langsung saat itu juga atau secara tidak langsung pada saat mendatang (Sutanta, 2003: 10). Menurut (Sutabri, 2005: 35) kualitas informasi tergantung dari tiga hal yaitu; informasi harus akurat (accurate), tepat waktu (timelines), dan relevan (relevance).

Menurut McQuail Gratification obtained (GO) adalah sejumlah kepuasan nyata yang diperoleh individu atas terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan tertentu setelah individu tersebut menggunakan media (Kriyantono, 2006: 215). McQuail (dalam Kriyantono, 2006: 215) mengkategorikan kepuasan yang diperoleh yaitu; kepuasan Informasi, kepuasan identitas pribadi, kepuasan integrasi dan interaksi sosial, dan kepuasan hiburan.

Menurut (McQuail, 2011), terdapat empat indikator kepuasan, sebagai berikut :

- a. Kepuasan Informasi
 1. Dapat menambah pengetahuan
 2. Penentuan pilihan
 3. Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan
- b. Kepuasan Identitas Pribadi
 1. Dapat menemukan penunjang nilai pribadi
 2. Dapat menemukan motivasi bagi diri sendiri
 3. Dapat menambah rasa percaya diri
- c. Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial

g. Pemberdayaan Perempuan

Dalam Bahasa Indonesia istilah “pemberdayaan” belum memperoleh pembakuan, tapi dalam bahasa Inggris kata “empowerment” diartikan dengan penguatan. Dengan demikian “pemberdayaan” dapat diberi batasan luas sebagai penguasaan atas aset material, sumber-sumber intelektual dan ideologi. Menurut Mansour Fakhri (2001), gerakan pemberdayaan perempuan yang juga disebut dengan gerakan transformasi gender

tidak hanya sekedar bertujuan memperbaiki status perempuan dengan menggunakan indikator norma laki-laki, tapi lebih dari itu merupakan suatu upaya untuk meningkatkan martabat dan kekuatan perempuan, sehingga perempuan dapat menjadi manusia yang mampu mengontrol dan memberi arah pada kehidupannya sendiri.

Menurut Ambar (2017:80) menjelaskan mengenai tujuan pencapaian pemberdayaan adalah untuk membentuk seorang individu dan sekelompok masyarakat menjadi lebih mandiri. Kemandirian merupakan kemampuan seseorang di dalam masyarakat seperti kemampuan untuk berpikir, menentukan, dan beraksi dengan sesuatu yang dirasa tepat sebagai upaya dalam memecahkan masalah.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode survei. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data, antara lain kuesioner dengan pertanyaan terbuka dan kuesioner dengan pertanyaan tertutup, atau kombinasi keduanya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner dengan skala likert dan pengambilan data akan dilaksanakan dengan cara memberikan kuesioner kepada *followers* Instagram @*inwomendaily*.

Tabel 1.3 Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Rachmawati (2011) dalam Putra (2014)

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh *followers* akun Instagram @*inwomendaily* yang berjumlah 99.400 *followers*. Peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel, alasan peneliti menggunakan rumus Slovin karena jumlah populasi pada akun Instagram @*inwomendaily* yang relatif besar.

Pada penelitian ini, data primer yang telah diperoleh melalui penyebaran kuesioner akan diuji statistik dan datanya akan diolah menggunakan *software* SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) dan skala pengukuran yang dilakukan pada penelitian ini adalah skala likert.



Gambar 1.4 Proses Kaidah dan Analisis Data

Untuk melihat hubungan antara variabel X dan variabel Y pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik statistik dengan menggunakan analisis korelasi. Teknik statistik yang digunakan adalah menggunakan korelasi *Pearson Product Momen*. Rumus yang digunakan yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Menurut Bungin (2015: 232) analisis regresi adalah analisis persamaan garis yang diperoleh berdasarkan perhitungan-perhitungan statistika, umumnya disebut model, untuk mengetahui bagaimana perbedaan sebuah variabel mempengaruhi variabel lain. Rancangan uji regresi dimaksud untuk menguji bagaimana pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Ghozali (2009) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu *test* merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel.

Dalam melakukan uji realibilitas, peneliti menggunakan komputer menggunakan program *SPSS* dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*:

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y dengan judul Pengaruh Kualitas Informasi Konten *Feeds* Instagram @InWomenDaily Terhadap Kepuasan *Followers* Terkait Pemberdayaan Perempuan. Penelitian ini

menggunakan Teori *Uses And Gratification* , untuk menjawab masalah penelitian tersebut, peneliti melakukan analisis dan menggambarkan masalah penelitian sesuai dengan faktor-faktor yang ditetapkan sebagaimana sudah dibahas pada bab sebelumnya. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner *online* menggunakan *Link GoogleForm* kepada 100 responden perempuan yang merupakan *followers* Instagram @*Inwomendaily* dan pernah melihat, memberikan *like* ataupun komentar pada postingan *feeds*-nya. Dalam menyebarkan kuesioner peneliti dibantu oleh Admin @*Inwomendaily* dengan memposting *Link GoogleForm* melalui Instagram *Story*.

Analisa data yang digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh atau derajat keeratan antara variabel (X) Kualitas Informasi Konten *Feeds* Instagram @*InWomenDaily* dengan variabel (Y) Kepuasan *Followers* Terkait Pemberdayaan Perempuan menggunakan perhitungan koefisien korelasi dengan nilai (r) yang diperoleh sebesar 0,870.

Hal ini diartikan bahwa pengaruh dari variabel (X) Kualitas Informasi Konten *Feeds* Instagram @*Inwomendaily* dengan variabel (Y) Kepuasan *Followers* Terkait Pemberdayaan Perempuan yang Sangat Kuat dan positif. Nilai korelasi yang sangat kuat dan positif menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang besar dari Kualitas Informasi Instagram @*Inwomendaily* mengenai Pemberdayaan Perempuan melalui Konten *Feeds*-nya, sehingga Kepuasan yang diperoleh *Followers* juga meningkat. Sebaliknya, jika pengaruh dari Kualitas Informasi Instagram @*Inwomendaily* mengenai Pemberdayaan Perempuan melalui Konten *Feeds*-nya kecil, maka kepuasan yang diperoleh *followers* akan menurun.

Berdasarkan perhitungan analisis regresi linear sederhana diperoleh persamaan $Y = 1,873 + 2,163X$. Persamaan regresi tersebut memberikan informasi bahwa konstanta (a) variabel (Y) Kepuasan *Followers* Terkait Pemberdayaan Perempuan sebesar 1,873. Regresi (X) sebesar 2,163, menyatakan bahwa setiap peningkatan nilai 1% Pengaruh Kualitas Informasi Konten *Feeds* Instagram @*Inwomendaily*, maka nilai Kepuasan *Followers* Terkait Pemberdayaan Perempuan bertambah 2,163. Koefisien Regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel (X) Kualitas Informasi Konten *Feeds* Instagram @*inwomendaily* terhadap variabel (Y) Kepuasan *Followers* Terkait Pemberdayaan Perempuan adalah positif.

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi diperoleh nilai (r^2) sebesar 0.757 atau 75.7%. Artinya, besaran *share* atau kontribusi Kualitas Informasi Konten *Feeds* Instagram @*inwomendaily* terhadap Kepuasan *Followers* Terkait Pemberdayaan Perempuan sebesar 75.7%. Sedangkan sisanya sebesar 24.3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Hasil uji hipotesis diperoleh hasil t hitung sebesar 17.475, sedangkan t tabel sebesar 1.984. oleh karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($17.475 > 1.984$) , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel (X) Kualitas Informasi Konten *Feeds* Instagram @*inwomendaily* dengan variabel (Y) Kepuasan *Followers* Terkait Pemberdayaan Perempuan.

Jika dikaitkan dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori *Uses and Gratification*, yang dikemukakan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974. Menurut teori ini, penggunaan media memainkan peran aktif dalam pemilihan dan

penggunaan media sosial; dengan kata lain, pengguna media berusaha untuk mencari sumber media terbaik untuk memenuhi kebutuhannya. (Nuruddin, 2004). Selanjutnya, dalam penggunaan media sendiri ialah berbagi hubungan antar khalayak dengan isi media yang dikonsumsi. Maka efek media dapat dikatakan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasan dan pengetahuan.

Dalam penelitian ini terlihat bahwa *followers* Instagram @*Inwomendaily* memiliki kebutuhan terhadap media khususnya pada informasi mengenai pemberdayaan perempuan, sehingga khalayak sebagai *followers* memberikan perhatian pada kualitas informasi yang membahas mengenai pemberdayaan perempuan melalui konten *feeds* Instagram @*Inwomendaily*, dengan demikian konten *feeds* Instagram @*inwomendaily* dapat memenuhi kepuasan *follower* terhadap media sosial Instagram khususnya informasi mengenai pemberdayaan perempuan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis menyimpulkan bahwa :Terdapat pengaruh kualitas informasi konten feeds Instagram @*inwomendaily* terhadap kepuasan followers terkait pemberdayaan perempuan, hal tersebut berdasarkan uji hipotesis yang diperoleh hasil thitung > ttabel ($17.475 > 1.984$) , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Artinya, secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel (X) Kualitas Informasi Konten Feeds Instagram @*inwomendaily* dengan variabel (Y) Kepuasan Followers Terkait Pemberdayaan Perempuan. Hal tersebut memiliki arti jika semakin besar pengaruhnya (semakin baik) kualitas informasi konten feeds Instagram @*inwomendaily* mengenai pemberdayaan perempuan, maka semakin meningkat juga kepuasan yang diperoleh followers. Sebaliknya, jika pengaruh dari kualitas Informasi Instagram @*Inwomendaily* mengenai pemberdayaan perempuan melalui konten feeds-nya kecil (semakin buruk), maka kepuasan yang diperoleh followers akan menurun.

Besaran pengaruh kualitas informasi konten feeds Instagram @*inwomendaily* terhadap kepuasan followers terkait pemberdayaan perempuan, yaitu berdasarkan analisis korelasi diperoleh hasil sebesar 0,870. Hal ini diartikan bahwa pengaruh dari variabel (X) Kualitas Informasi Konten Feeds Instagram @*Inwomendaily* dengan variabel (Y) Kepuasan Followers Terkait Pemberdayaan Perempuan yang Sangat Kuat dan positif. Berdasarkan analisis koefisien determinasi diperoleh hasil sebesar 75.7%.

Hal ini berarti Kualitas Informasi Konten Feeds Instagram @*inwomendaily* memberikan kontribusi sebesar 75.7% terhadap Kepuasan Followers Terkait Pemberdayaan Perempuan, sedangkan sisanya sebesar 24.3% merupakan kontribusi lain dari faktor lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Kriyantono, Rahmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : PT. Kencana Perdana.
- Labib, Muhsin. 2002. *Potret sinetron Indonesia : antara realitas virtual dan realitas sosial*, Jakarta: MU:3.

- Mulyana, Deddy dan Solatun. 2008. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Mukhtar. 2013. *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: GP Press Group.
- Sudaryono. 2017. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Sobur, Alex. 2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya