

Hubungan Kualitas Informasi Visual Statis Pada Akun Instagram @berita_lamongan_ Dengan Minat Baca Follower

Nur Aisyah*¹, Sukma Ari Ragil Putri²

¹UIN Sayyid Ali Rahmatullah, Jl. Mayor Sujadi No.46, Tulungagung

²Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah

e-mail: *¹nuraisyah19091999@gmail.com, ²sukmaariragilputri@gmail.com

Abstract

This study discusses an effective communication process so that interaction and feedback are obtained from the communicant. This study aims to identify the relationship or influence of the quality of static visual information on the @berita_lamongan_ account on followers' reading interest. This research method is quantitative with explanatory survey methods and questionnaire research instruments as an alternative to data collection, so that data from respondents is collected and then analyzed. The object of the research is the Instagram account @berita_lamongan_. The research location is in Lamongan district with a population taken from followers of the @berita_lamongan_ account totaling 57.4 thousand followers. The sampling technique based on the Slovin formula obtained a sample of 100 respondents. To determine the relationship between these two variables, the researcher used the Chi-Square Test. While the questionnaire to process the test data used SPSS for Windows version 20. The grand theory used as the basis for the analysis was the Stimulus Organism Response from McQuail. a significant value of 0.000 from the Chi Square Test. So that Ho is rejected and Ha is accepted

Keywords: *Instagram, Online News, Interest, Visual Static Information, Response*

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai suatu proses komunikasi yang efektif sehingga didapatkan interaksi maupun *feedback* dari komunikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungan atau pengaruh kualitas informasi visual statis pada akun @berita_lamongan_ terhadap minat baca *follower*. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survey eksplanatif dan instrumen penelitian kuesioner sebagai alternatif pengumpulan data, sehingga data dari responden dikumpulkan kemudian di analisis. Objek penelitiannya yakni akun Instagram @berita_lamongan_. Lokasi penelitian berada di kabupaten Lamongan dengan populasi yang diambil dari *follower* akun @berita_lamongan_ berjumlah 57,4 ribu pengikut. Teknik pengambilan sampel berdasarkan rumus slovin diperoleh sampel 100 responden. Untuk menentukan hubungan dari kedua variabel ini, peneliti menggunakan uji Chi-Square Test. Sementara kuesioner untuk memproses data pengujian menggunakan *SPSS for Windows versi 20*. *Grand theory* yang digunakan sebagai dasar analisa adalah *Stimulus Organism Respon* dari McQuail Penelitian ini memperoleh hasil bahwa terdapat hubungan antara variabel X (informasi akun @berita_lamongan_) dengan variabel Y (minat baca) dengan nilai signifikan 0.000 dari uji Chi Square Test. Sehingga Ho ditolak dan Ha diterima.

Kata kunci: *Instagram, Berita Online, Minat Baca, Informasi Visual Statis, Respon*

A. Pendahuluan

Pada era globalisasi ini internet bukan lagi hal baru bagi masyarakat, internet sebagai sarana ataupun median untuk pengguna dalam mengakses informasi disegala bidang sesuai kebutuhan pengguna, dimana kemajuan teknologi yang semakin pesat membawa masyarakat

pada era baru, yang menuntut untuk selalu *update* sehingga kebutuhan informasi sangat penting bagi masyarakat saat ini. Selain itu kenaikan pengguna internet diakibatkan oleh keefektifan dan kepraktisan yang dihadirkan oleh internet yang menjadikan segala aktifitas seseorang ataupun kelompok menjadi serba cepat dan praktis. Dengan demikian internet memberikan revolusi dan sangat membantu kehidupan masyarakat di era modern ini yang membuat segala aktivitas masyarakat dapat dilakukan hanya melalui jaringan internet.

Indonesia memiliki jumlah total pengguna internet sebanyak 196.71 juta yang meningkat secara signifikan dibandingkan tahun sebelumnya (APJII, 2020), sehingga internet berperan amat penting di kehidupan social, ekonomi, dan politik di dunia global. Hampir semua kebutuhan seseorang dapat terpenuhi melalui internet, salah satunya berita yang merupakan suatu kebutuhan informasi yang tidak kalah penting. Berita adalah salah satu ide, opini actual yang akurat, menarik, dan penting untuk sebagian besar pendengar, pembaca, dan penonton (Amin, 2018, p. 87). Di era globalisasi ini seseorang dapat mudah dan cepat dalam memperoleh berita, tidak perlu menggunakan media massa konvensional untuk mendapatkan sebuah informasi, dengan munculnya internet segala kebutuhan informasi masyarakat khususnya berita dapat terpenuhi.

Mudahnya penggunaan Internet yang bisa diakses tanpa batasan waktu dan tempat melalui berbagai macam *gadget* memunculkan sebuah hal baru yang menarik, yakni media sosial, merupakan wadah untuk berkomunikasi secara interaktif serta memunculkan timbal balik bagi orang yang berkomunikasi, orang yang ikut berkontribusi, dan partisipasi yang tidak dibatasi ruang serta waktu (Margaretha Evi Yuliana, 2018). Media social selain sebagai sarana komunikasi, juga sebagai sarana pencarian informasi terutama berita online. Penggunaannya yang praktis dan efisien menyebabkan media konvensional berita seperti tv, koran, radio mulai dikesampingkan oleh masyarakat.

Salah satu bentuk media social yang cukup populer dan memiliki banyak pengguna nya adalah Instagram, yang mana media tersebut didalamnya fokus pada fitur berbagi foto dan video pengguna, selain itu jangkauannya yang luas dan juga kebebasan berinteraksi dengan sesama pengguna menjadikan media ini semakin populer ditengah masyarakat, terutama kalangan remaja (Agus Hiplunudin, 2017, p. 12). Berdasarkan data yang dirilis Napoleon cat, di periode Januari-Mei 2020 orang yang menggunakan Instagram sebanyak 69,2 juta di Indonesia. Maka tidak dipungkiri banyak dijumpai akun penyedia informasi pada media Instagram, hal itu karena dinilai lebih efektif sebagai media penyampaian informasi kepada khalayak terutama dalam menyampaikan berita online dibandingkan dengan media konvensional seperti media cetak.

Akun @berita_lamongan_ adalah portal berita online yang terdapat di kabupaten Lamongan yang bergerak di media sosial Instagram. Akun Instagram @berita_lamongan_ berfokus untuk memenuhi kebutuhan masyarakat mengenai berbagai informasi seputar kabupaten Lamongan, dengan memiliki 4 pilar yakni pendidikan, kesehatan, ekonomi, dan siaga bencana. Akun tersebut sudah berdiri sejak 02 Januari 2020, dan saat ini memiliki jumlah *follower* sebanyak 57,4 ribu (April, 2021). Akun tersebut dikelola diluar naungan pemerintah, sehingga informasi yang disajikan lebih objektif dan luas. Dimana akun @berita_lamongan_ memberikan kontribusi informasi yang berbasis konten lokal namun berwawasan global yang mendidik dan menginspirasi. Selain itu akun @berita_lamongan_ juga memiliki citra baik dimata masyarakat yang mana memberikan akses informasi serta menambah wawasan, memberikan berita secara proposional, dan juga mengawal kebijakan dan otonomi daerah. Kelebihan akun tersebut dibanding akun lainnya yakni @berita_lamongan_ memiliki visi dan misi yang menjadikan akun tersebut resmi dan tidak asal-asalan dalam menyampaikan

informasi, selain itu akun @berita_lamongan_ diawasi oleh humas polres Lamongan dengan nomor SK: 188/33/KEP/413.120/2021 tentang “Pembentukan Tim Media Sosial Partner Optimalisasi Sumber Daya Komunikasi Publik Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Lamongan” sehingga masyarakat tidak perlu khawatir dengan beredarnya berita yang hoax. Karena akun tersebut sudah dalam pengawasan sehingga dapat di pertanggung jawabkan mengenai segala informasi yang diberikan, maka tidak heran apabila akun tersebut memiliki *follower* yang cukup banyak. Selain itu *follower* akun @berita_lamongan_ turut aktif dalam memberikan respon terhadap informasi yang diposting.

Selain berita yang sudah terjamin dari hoax, berita pada akun tersebut menggunakan cara penyampaian visual statis. Visual statis merupakan teknik penyampaian berita menggunakan visual atau foto yang sederhana. Mayoritas penyampaian atau unggahan dalam Instagram @berita_lamongan_ hanya terdiri dari 85% foto dan sisanya adalah tipografi terkait tema yang diunggah. Pesan atau keterangan akan foto unggahan tersebut termuat dalam *caption* sehingga setiap unggahan berita informasi pada akun tersebut terlihat sederhana dan statis (Eddy, 2019). Dalam bukunya, Eddy menyatakan bahwa ketertarikan publik berbanding lurus dengan kesederhanaan pengemasan berita. Dengan kata lain apabila berita yang dikemas semakin sederhana, maka akan semakin menarik minat dari pembaca atau *follower*.

Dengan adanya penyebaran informasi secara modern yang salah satunya adalah melalui informasi visual statis melalui Instagram @berita_lamongan_ menjadikan masyarakat harus mengikuti perkembangan zaman. Keberadaan informasi fisik seperti koran dan buku mulai digantikan dengan informasi digital, sehingga setiap masyarakat yang ingin mengetahui tentang perkembangan dunia maka harus aktif dalam mencari informasi melalui aksi semangat literasi secara global. Literasi global dimaksudkan agar manusia saling memahami satu sama lain sehingga mampu berpartisipasi dalam dunia modern dan berkolaborasi di dalamnya mengantarkan mereka ke perkembangan zaman yang lebih lanjut (McPerson, 2007). Berita dalam Instagram @berita_lamongan_ dapat digunakan sebagai bahan yang dapat digunakan masyarakat untuk memicu aksi partisipasi mereka pada dunia modern dengan cara menyiak, memahami, dan menginformasikan kembali berita yang telah dipahami. Akan tetapi semua keberhasilan tersebut hanya akan tercapa hanya jika *follower* memiliki minat baca yang tinggi.

Minat baca merupakan sebuah kekuatan yang mendorong *follower* untuk memperhatikan, merasa tertarik, dan kesenangan terhadap informasi yang diunggah akun @berita_lamongan_. Dengan demikian dengan adanya minat baca, para *follower* dengan sendirinya akan mencari informasi secara lebih mendalam. Indikator-indikator adanya minat baca pada *follower* adalah adanya kebutuhan terhadap informasi yang dihadirkan, adanya usaha untuk mencari informasi terkait atau menginginkan *update*, tingkat kecocokan dan kesenangan terhadap informasi yang diunggah, dan keinginan tahap lanjut setelah mengetahui unggahan informasi (Fauziyah, 2010).

Untuk mengetahui minat baca *follower* dapat dilakukan dengan cara melihat respon *follower*. Respon *follower* dapat terlihat melalui indikator dalam teori minat baca yang dikemukakan dalam jurnal karangan Fauziyah (2010), sedangkan indikator tersebut merupakan sebuah teori aplikatif dari *grand theory* SOR (*Stimulus, Organism, Respon*) (McQuail, 2010, p. 466). Model ini menggunakan objek material yakni komponen sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi dalam jiwa manusia (*follower*). Pada teori SOR ini, *organism* atau pesan informasi merupakan sebuah *stimulus khusus*, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Maka penyebab berubah-ubahnya sikap penerima informasi tergantung pada kualitas rangsang atau informasi yang diunggah dalam Instagram @berita_lamongan_.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Dwi Raisha (2015) berjudul “Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Minat Baca Berita Online *Followers* Akun @detikcom di Pekanbaru”, dengan hasil penelitian yang disimpulkan bahwa media social Twitter sangat berpengaruh terhadap minat baca *follower* @detikcom, dibuktikan terdapat ketterarikan responden terhadap berita yang diposting sehingga dapat meningkatkan minat baca *follower* nya terutama masyarakat Pekanbaru. Selanjutnya didukung oleh penelitian Helen dan Farid Rusdi (2018) dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*” dengan hasil penelitian bahwa akun @jktinfo berpengaruh kuat sebagai media pemenuh kebutuhan informasi pada followersnya.

Penelitian ini membahas mengenai suatu proses penyampaian pesan secara efektif sehingga menaikkan minat baca *follower*. Dalam ilmu komunikasi terdapat unsur-unsur proses komunikasi yang dapat menentukan keberhasilan suatu komunikasi tersebut, yakni lima atribut pesan antara lain pesan yang dikirimkan (*message*), pengirim pesan (*sender*), serta umpan balik (*feedback*), bagaimana cara pesan dikirimkan (*communication channel*) dan penerima pesan (*receiver*), (Imam Machali, Noor Hamid, 2017, p. 261). Sehingga dapat disimpulkan suatu penyampaian pesan dapat dikatakan efektif dan berhasil apabila komunikan dapat memahami serta turut memberikan *feedback* terhadap pesan yang disampaikan komunikator. Sehingga perlu manajemen pesan yang menarik sehingga dapat meningkatkan minat baca *follower*, yang mana saat ini masih banyak dijumpai akun berita online yang memiliki banyak *follower* namun sedikit interaksi dari para *follower* nya sehingga dapat dikatakan bahwa proses penyampaian pesan mereka tergolong kurang efektif.

Berdasarkan temuan observasi yang terlampir diatas maka ditemukan permasalahan yang menarik kiranya untuk diangkat menjadi penelitian dengan judul ”Hubungan kualitas informasi visual statis pada akun Instagram @berita_lamongan_ terhadap minat baca *follower*” dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungan akun @berita_lamongan_ dalam mempengaruhi minat baca *follower*, dimana dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

1. Ha : Terdapat hubungan atau pengaruh dari kualitas informasi akun @berita_lamongan_ dengan minat baca *follower*
2. Ho : Tidak terdapat hubungan atau pengaruh dari kualitas informasi akun @berita_lamongan_ dengan minat baca *follower*

B. Metode Penelitian

Metode yang dipakai adalah metode kuantitatif dengan menggunakan metode survey eksplanatif. Data yang digunakan adalah data primer yang diambil melalui metode survey langsung kepada responden, sedangkan data sekunder diambil dari hasil penelitian sejenis tentang hubungan terpaan isi informasi dengan minat baca *followers*. Metode survey eksplanatif dipilih dikarenakan memiliki kelebihan yaitu dapat digunakan untuk mengetahui situasi maupun kondisi pada sesuatu fenomena yang diteliti (Rachmat Kriyantono, 2016).

Populasi yang digunakan adalah seluruh *followers* pada akun Instagram @berita_lamongan_ yakni sebanyak 57,4 Ribu. Teknik pengumpulan sampel dilakukan menggunakan teknik *probably sampling* dengan *simple random sampling*, dimana sampel diambil acak dari populasi. Pengambilan jumlah sampel penelitian ini berpedoman pada rumus slovin $n = \frac{N}{1+Ne^2}$ yang mana taraf signifikan yang dipakai dalam pengambilan sampel adalah 10% maka dapat dihitung $\frac{57.400}{1+(57.400 \times 0,1^2)} = 99,8$ sehingga jumlah sampel tersebut dibulatkan menjadi 100 (responden). Jumlah tersebut menjadi acuan dalam penyebaran kuesioner sebagai

instrumen dalam penelitian. Teknik yang dipakai dalam pengukuran data kuisisioner memakai skala likert dengan skala 4 serta memakai teknik analisis data: uji reabilitas, uji validitas, dan uji chi square yang mana data diproses dengan *SPSS for windows versi 20*.

Teori yang digunakan yakni teori *Stimulus Organism Respon* dengan menggunakan variabel independent dan dependent, maka variabel bebas adalah kualitas informasi visual statis akun @berita_lamongan_ dengan indikator lima atribut utama pesan yakni intensif motivasi, kredibilitas, menarik, relevan, dan dapat dimengerti (Nurhakki Hakki, 2017, p. 44) dan variabel terikat adalah minat baca dengan indikator kebutuhan terhadap bacaan, ketertarikan terhadap bacaan, rasa senang terhadap bacaan, tindakan untuk mencari bacaan, dan tindak lanjut (Dwi Sunar Prasetyo, 2008, p. 5).

C. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada 100 responden *follower* @berita_lamongan. Proses penyebaran kuisisioner memakai google form yang dibagikan melalui instastory akun @berita_lamongan_ dalam jangka waktu satu minggu. Responden paling banyak berdasarkan jenis kelamin adalah perempuan sebanyak 58 orang. Berdasarkan usia terbanyak yakni usia 20-28 tahun sejumlah 77 responden.

Penelitian ini memakai teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Respon*). Respon pada teori ini yaitu: bentuk reaksi khusus dengan adanya stimulus, sehingga komunikasi dapat diharapkan kesamaan di antara pesan serta reaksi komunikasi. Model dari teori ini menunjukkan jika komunikasi adalah proses aksi reaksi, dimana ketika ada rangsangan maka orang lain akan memberikan reaksinya atau responnya. Teori ini memiliki keyakinan jika penyebab berubahnya sikap tergantung dari kualitas rangsang yang berkomunikasi dengan organisme (Fitria, 2013)

Keterkaitan model SOR (*Stimulus, Organism, Respon*) penelitian ini yaitu:

1. Stimulus adalah informasi postingan akun @berita_lamongan_.
2. Organisme yang dimaksudkan adalah followers @berita_lamongan_.
3. Respon adalah perubahan perilaku di kalangan.

C.1 Analisis Data

a. Uji Validitas

Setiap pernyataan validitasnya diuji dengan hasil r hitung yang dibandingkan r tabel. Apabila r tabel $<$ r hitung pernyataan dinyatakan valid (V Wiratna Sujarweni dan Poly Endrayono, 2012). Berdasarkan tabel 1:

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	<i>r</i> hitung	<i>r</i> table	Keterangan
Informasi akun @berita_lamongan_ (X)	1	635	0.196	Valid
	2	693	0.196	Valid
	3	742	0.196	Valid
	4	621	0.196	Valid
	5	535	0.196	Valid
	6	678	0.196	Valid
Minat Baca Follower (Y)	7	590	0.196	Valid
	8	727	0.196	Valid
	9	746	0.196	Valid
	10	792	0.196	Valid
	11	581	0.196	Valid
	12	439	0.196	Valid

Sumber : SPSS versi 20

Hasil uji validitas untuk instrument variabel (X) informasi akun @berita_lamongan terdapat 6 instrumen dan variabel (Y) minat baca terdapat 6 instrumen. Berdasarkan tabel diatas bahwa semua pernyataan untuk variabel X dan Y lebih besar dibandingkan r table. Maka disimpulkan jika seluruh pernyataan variabel X dan Y dinyatakan valid serta bisa dipakai untuk penelitian selanjutnya.

b. Uji Realibitas

pengujian reliabilitas memakai metode statistik *Cronbach Alpha*. signifikansi yang digunakan adalah 0,70 apabila nilai *Cronbach Alpha* \geq 0,70 maka dapat dikatakan jika butir pertanyaan memiliki tingkat reabilitas yang tinggi. Jika nilai *Cronbach Alpha* $<$ 0,70 dikatakan jika reliabilitasnya tidak memadai (Imam Ghozali, 2009).

Hasil Uji Reabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
,866	19

Sumber : SPSS ver 20

Hasil uji reabilitas variabel X dan Y dari tabel 3 menunjukkan angka *Cronbach's Alpha* bernilai 0.866 yang bernilai lebih besar dari 0,70 sehingga bisa diambil kesimpulan jika suatu kuesioner yang terdiri dari 12 pernyataan tersebut memiliki tingkat realibitas yang tinggi atau telah reliabel. Sehingga apabila kuesioner tersebut ditanyakan hari berikutnya ke responden yang berbeda dapat menghasilkan jawaban yang konsisten (tidak berubah).

C.2 Persentase Hasil Pertanyaan Responden Terhadap Informasi akun @berita_lamongan_

Berikut hasil dari tanggapan responden terhadap variabel X yakni lima atribut pesan (Nurhakki, 2017) yang meliputi indikator antara lain :

1. Intensif Motivasi adalah dasar pesan persuasive yang dapat menjadi stimulus eksternal melakukan suatu tindakan atau perilaku tertentu.
2. Kredibilitas adalah sejauh mana isi pesan dipercaya akurat dan sah. Informasi yang disampaikan lewat kelayakan sumber untuk dipercaya, kecapakan sumber, dan penyediaan bukti yang meyakinkan.
3. Menari adalah menggunakan aspek-aspek gaya yang secara sepiantas atraktif dan menghibur serta menyegarkan.
4. Relevan adalah isi pesan relevan dengan situasi kebutuhan secara personal atau lembaga sehingga dapat mengubah perilaku setelah penerima menerima pesan karena pesan dianggap sebagai rekomendasi.
5. Mudah dipahami adalah informasi yang dikemas menggunakan gaya bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, sehingga pembaca dapat dengan mudah memahami isi pesan yang disampaikan.

Akun @berita_lamongan_ tergolong efektif dalam menyampaikan informasi dengan *stimulus* indikator intensif motivasi. Hal ini berdasarkan 96% responden menyatakan bahwa *follower* akun @berita_lamongan_ mengikuti beragam informasi yang disajikan karena dapat merubah pola pikir mereka lebih terbuka serta lebih peka pada keadaan di sekitar. Selain itu 99% *follower* akun @berita_lamongan_ setuju bahwa akun @berita_lamongan_ memberikan informasi sesuai fakta yang ada tanpa dibuat-buat maupun rekayasa. Sehingga kehadiran akun @berita_lamongan_ cukup membantu responden dalam mengakses informasi baru seputar kabupaten Lamongan.

Follower akun @berita_lamongan_ juga menyatakan bahwa akun @berita_lamongan_ mampu menyajikan informasi secara luas dan lengkap, mereka mengakui setelah mengakses akun @berita_lamongan_ dapat membantu mengetahui segala hal dan berita yang terjadi di Kabupaten Lamongan, sebesar 91% *follower* menyatakan demikian. Selain itu informasi pada akun @berita_lamongan_ selalu *up to date* terbukti dari jumlah responden sebanyak 80% *follower* setuju bahwa mereka tidak merasa bosan apabila mengakses berita atau informasi apapun pada akun @berita_lamongan_.

Hampir seluruh *follower* merasa bahwa informasi yang dimuat akun @berita_lamongan_ sangat relevan dengan kondisi di Lamongan sekitar, sehingga mampu memenuhi kebutuhan informasi terhadap *follower* nya, sebanyak 96% responden menyatakan demikian. Hal tersebut menunjukkan, jika semakin tingginya kepercayaan yang diberikan dalam informasi maka minat *follower* akun @berita_lamongan_ semakin tinggi untuk selalu mengakses dan membaca berita di akun tersebut.

Mereka juga mengakui bahwa penyampaian informasi pada akun @berita_lamongan_ menggunakan gaya bahasa yang sederhana, singkat, dan jelas. Sebesar 96% responden menyatakan demikian. Sehingga *follower* dapat dengan mudah mengetahui inti dari informasi yang disampaikan. Informasi yang di sediakan oleh akun @berita_lamongan_ mampu diterima dan dipahami dengan baik oleh kebanyakan *followernya* sehingga timbul rasa puas terhadap informasi yang disajikan. Dilihat dari tingginya persentase jawaban responden menunjukkan

respon positif pada tiap pernyataan, sehingga indikator lima atribut utama pesan pada variabel X cukup memiliki pengaruh *stimulus* yang tinggi terhadap *follower* nya.

C.3 Persentase Hasil Pernyataan Responden Terhadap Minat Baca

Berikut hasil dari tanggapan responden terhadap variabel Y yakni Minat baca yang meliputi indikator menurut Burce dan Lowe yaitu kebutuhan terhadap bacaan, ketertarikan terhadap bacaan, rasa senang pada bacaan, dan mencari bacaan (Dwi Sunar Prasetyo, 2008).

Mayoritas *follower* menyatakan bahwa mereka selalu meluangkan waktu untuk mencari informasi yang baru di posting akun @berita_lamongan_. Hal ini dibuktikan pada tingginya minat *follower* untuk mencari informasi pada akun tersebut yang menunjukkan bahwa mereka selalu meluangkan waktu untuk mengakses akun @berita_lamongan_ agar tidak ketinggalan informasi baru. Sebanyak 97% responden setuju dengan pernyataan tersebut. Selain itu dengan mengakses akun @berita_lamongan_ dapat membantu mencari tau kebenaran yang sebenarnya terhadap insiden yang sedang terjadi, 91% *follower* menyatakan demikian. Dapat disimpulkan bahwa akun tersebut mampu menyajikan informasi yang kredibel sehingga dapat mempengaruhi kebutuhan serta tindakan *follower* untuk mencari informasi pada akun @berita_lamongan_.

Akun @berita_lamongan_ juga menyajikan informasi yang aktual dan jelas sumbernya, 96% *follower* setuju. Dengan demikian, informasi yang jelas dan sesuai fakta maka dapat meminimalisir terjadinya kesalahpahaman bagi pembaca khususnya *follower* akun @berita_lamongan_. Sehingga mereka seringkali mengakses akun @berita_lamongan_ untuk memperoleh informasi. Mayoritas *follower* merasa puas terhadap informasi yang diposting akun @berita_lamongan_.

Mereka juga mengakui bahwa adanya akun @berita_lamongan_ dapat membantu untuk memperoleh informasi seputar kabupaten Lamongan dengan mudah, selain itu informasi yang di posting menarik dan cukup lengkap. Sebanyak 85% responden menyatakan demikian. Hal ini dibuktikan dengan adanya ketertarikan dan keinginan *follower* untuk membaca informasi pada akun @berita_lamongan_ dengan cara mengaksesnya setiap hari.

Rata-rata *follower* @berita_lamongan_ saling berinteraksi dan memberikan *feedback* terhadap informasi yang di posting. Mayoritas *follower* tersebut menjadi pembaca aktif, hal ini dibuktikan dengan banyaknya jumlah komentar, *like*, *share* pada postingan akun @berita_lamongan_. Sejumlah 61% *follower* menyatakan bahwa mereka memanfaatkan fitur share kepada teman atau pengguna lain apabila terdapat informasi yang baru diposting. Mereka hanya memanfaatkan fitur share apabila informasi yang dibaca menarik dan berkaitan dengan teman atau pengguna lain. Selain itu 67% menyatakan tidak setuju apabila *follower* jarang berkomentar karena informasinya kurang menarik. Dapat disimpulkan bahwa akun @berita_lamongan_ cukup mempengaruhi tindak lanjut *follower* terhadap informasi yang dibaca.

C.4 Komunikasi Efektif Akun Instagram @berita_lamongan_ kepada followers

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori *Stimulus Organism Respon* menjelaskan penyebab perubahan sikap tergantung pada kualitas *stimulus* (rangsangan) terhadap *organism*. Maka perubahan sikap tergantung pada suatu proses komunikasi yang terjadi. Apabila *stimulus* tersebut diterima berarti terdapat perhatian dari *organism* sehingga *stimulus* tersebut

dinyatakan efektif dalam menyampaikan informasi, selanjutnya *organism* akan mengolah dan memberikan efek berupa perubahan sikap dari *organism* terhadap *stimulus* yang diterima.

Berdasarkan teori S-O-R yang dikembangkan maka terdapat hasil yang diperoleh peneliti, yakni dipastikan bahwa informasi pada akun @berita_lamongan_ memiliki hubungan atau pengaruh yang signifikan terhadap terbentuknya minat baca *follower*. Artinya kualitas *stimulus* dengan indikator lima atribut utama pesan pada variabel X yakni kredibilitas, intensif motivasi, menarik, relevan, dan dapat dimengerti mampu menentukan perubahan sikap pada *organism* (*follower*). Hal ini dibuktikan dengan hasil pernyataan dari responden yang memberikan jawaban positif dari tiap item pernyataan, yang mana sebagian besar responden setuju bahwa informasi yang disampaikan akun @berita_lamongan_ telah memenuhi syarat indikator lima atribut utama pesan tersebut, sehingga menimbulkan *respon* atau perubahan sikap berupa ketertarikan minat baca *follower* terhadap informasi yang diposting.

Ketertarikan minat baca tersebut dibuktikan dengan adanya kebutuhan informasi dari *follower* dalam melakukan tindakan pencarian informasi dengan cara mengakses akun Instagram @berita_lamongan_ yang mana informasi yang diposting dapat menimbulkan rasa senang dan ketertarikan sendiri bagi *follower*. Sehingga akun tersebut dinilai efektif dan praktis bagi *follower* untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Selain itu mudahnya penggunaan media sosial Instagram menjadikan *follower* dapat mengakses akun tersebut kapan saja dan dimana saja, pengguna juga memiliki hak untuk bebas berinteraksi terhadap informasi yang diposting dengan saling bertukar pendapat antar pengguna lainnya baik lewat kolom komentar, *share*, *direct message*, dan fitur-fitur lain.

Berdasarkan hasil Uji Chi-Square pada variabel X (informasi akun @berita_lamongan) dengan variabel Y (minat baca *follower*) menunjukkan :

Tabel 1 Hasil Uji Chi-Square Test

	Value	f	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	96,974 ^a	55	,000
Likelihood Ratio	22,339	55	,931
Linear-by-Linear Association	8,752		,000
N of Valid Cases	00		

a. 288 cells (100,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,01.

Hasil uji Chi-Square Test menunjukkan angka Asymp. Sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan jika terdapat hubungan signifikan diantara informasi akun @berita_lamongan_ dengan minat baca *follower*. Hasilnya teori S-O-R dan komunikasi efektif mendukung penelitian ini, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dalam kriteria komunikasi efektif menerangkan komunikasi dapat dikatakan efektif apabila penerima pesan mengerti atau memahami isi pesan, sehingga penerima pesan memberikan umpan balik maupun *feedback* sebagai respon terhadap pesan yang disampaikan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa akun @berita_lamongan_ berhasil menyampaikan informasi secara efektif kepada *follower* nya sehingga menimbulkan hubungan yang signifikan antar kedua variabel. Artinya kualitas informasi pada akun @berita_lamongan_ menentukan besar tingginya dampak minat baca *follower*.

D. Penutup

Penelitian ini dilakukan pada 100 responden *follower* @berita_lamongan. Responden paling banyak berdasarkan jenis kelamin adalah perempuan sebanyak 58 orang. Berdasarkan usia terbanyak yakni usia 20-28 tahun sejumlah 77 responden. Hasil analisis yang ditemukan pada penelitian hubungan kualitas informasi visual statis pada akun instagram @berita_lamongan_ dengan minat baca *follower* berdasarkan data yang diolah menggunakan uji Chi-Square menunjukkan nilai $X^2 (55, N=100)=96,974; p<0,05$. Berdasarkan nilai signifikansi hasil uji yakni 0,000. Tentu saja nilai sig lebih kecil dari 0,05 yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara X (informasi akun @berita_lamongan_) dengan Y (minat baca). Sehingga pengolahan kualitas informasi tersebut tentu saja menentukan tingginya dampak terhadap minat baca *follower* terhadap informasi yang disajikan. Maka H_0 ditolak, dan H_a diterima.

Sementara itu, berdasarkan teori S-O-R perubahan sikap dipengaruhi proses individu yang mana stimulus yang disampaikan dari komunikator ke komunikan ditolak atau diterima. Sehingga *follower* yang diberi rangsangan atau stimulus dari berita online yang diposting di Instagram memberi reaksi khusus terhadap stimulus. Reaksi berbentuk ketertarikan *follower* pada informasi yang diterbitkan di akun Instagram @berita_lamongan_, salah satunya adalah informasi ada disekitar lingkungan *follower*, yakni informasi yang berbasis lokal namun berwawasan global yang mendidik dan menginspirasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya akun Instagram @berita_lamongan_ mampu memudahkan masyarakat kabupaten Lamongan untuk mendapatkan informasi. Dimana kualitas informasi yang disajikan memotivasi, kredibel, menarik, relevan, dan mudah dimengerti, sehingga dapat meningkatkan minat baca *follower* terhadap informasi. Dengan demikian, informasi yang dikemas secara kreatif dan baik terutama pesan yang mengandung intensif motivasi dan juga kredibilitas sangat penting dalam menarik perhatian *follower* untuk membaca informasi. Sehingga menimbulkan suatu kebutuhan tersendiri bagi *follower* serta rasa kepuasan terhadap informasi yang disampaikan, sehingga dapat meningkatkan minat baca *follower*. Maka *follower* tidak hanya menjadi pengguna pasif, namun juga memiliki manfaat tersendiri dengan mengakses akun @berita_lamongan_ dapat memberikan informasi dan menambah wawasan pada masyarakat khususnya kabupaten Lamongan.

Referensi

- Agus Hiplunudin. "*Politik Era Digital*". Yogyakarta : Calpulis, 2017.
- Amin, S. M. "*Jurnalistik; Teori dan Praktik*". Wonosobo : Biti Djaya, 2018.
- Dwi Sunar Prasetyo. "*Rahasia Mengajarkan Gemar Membaca pada Anak Sejak Dini*". Yogyakarta : Think, 2008.
- Eddy, S. "Informasi Tepat guna di Era Modern" *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14.1, (2019).
- Fauziah, R. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Mencari Informasi Terupdate di Media Sosial", *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 8.1, (2010).
- Imam Machali, Noor Hamid. "*Pengantar Manajemen Pendidikan Islam*". Yogyakarta : MPI, 2017.
- M. E. Yuliana, I. W. Utami. "*Komunikasi Antar Individu*". Yogyakarta : Suluh Media, 2018.

- McPerson, G. "*Digital Literacy*". New York : Wiley, 2007.
- McQuail, D. "*Teori Komunikasi Massa*". Jakarta : Salemba Humanika, 2010.
- A.S. Rustan, N. Hakki. "*Pengantar Ilmu Komunikasi*". Yogyakarta : Deepublish, 2017.
- Rachmat Kriyantono. "*Teknik Praktis Riset Komunikasi*". Jakarta : Kencana Prenamedia Group, 2016.
- V.W. Sujarweni, P. Endrayono. "*Statistika untuk penelitian*". Yogyakarta : Graha Ilmu, 2012.