

PENGARUH PENGARUH KONTEN LITERASI DIGITAL TERHADAP PERILAKU FOLLOWERS @LITERASIDIGITALKOMINFO

¹Mona lisa, ²Ageng Rara Cindoswari

^{1,2}program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Universitas Putera Batam

Email: pb201110023@upbatam.ac.id



Diterima : 20 Juli 2025; **Review** : 22 Juli 2021; **Direvisi Author** : 20 Agustus 2025; **Terbit** : 30 Agustus 2025

Abstract

The rapid development of digital technology has significantly changed how young people access and manage information. Instagram, as a widely used social media platform, is strategically used by government agencies to distribute digital literacy content, including through the @literasidigitalkominfo account. This study examines the effect of such content on the information-seeking behavior of its followers. Using a quantitative approach, the study surveyed 397 respondents selected with Slovin's formula. Data were analyzed with simple linear regression. A structured questionnaire based on a 5-point Likert scale was tested for validity, reliability, and classical assumptions. Results show that digital literacy content positively and significantly influences information-seeking behavior, with a regression coefficient of 0.501 and an R Square of 0.555. This indicates that 55.5% of the behavior variation can be explained by the content's credibility, shareability, appeal, and relevance. These findings highlight the importance of strategic digital content in encouraging followers to engage actively in information seeking—starting from initiation to focus formulation. The study supports the applicability of New Media Theory and Information Seeking Theory in understanding digital behavior in the modern media landscape.

Keywords: digital literacy content, behavior of followers, new media, Instagram @literasidigitalkominfo, information seeking

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam cara individu dan masyarakat mengakses, memproduksi, serta mendistribusikan informasi. Dalam era digital saat ini, literasi digital tidak lagi terbatas pada kemampuan membaca dan menulis secara konvensional, tetapi juga mencakup kemampuan kritis dalam

menilai, mengelola, dan menggunakan informasi digital secara etis dan bertanggung jawab (Bawden, 2001). Literasi digital menjadi sangat penting, terutama di kalangan generasi muda, mengingat dominasi media sosial sebagai saluran utama pertukaran informasi.

Konten literasi digital dapat dipahami sebagai materi berbasis digital

yang dirancang untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan individu dalam menggunakan media digital. Konten ini bisa berbentuk teks, gambar, video, atau infografis yang bertujuan membekali pengguna dengan kemampuan mengenali informasi yang kredibel serta berpartisipasi secara aktif dalam ruang digital (Gilster, 1997; Bawden, 2001; Potter, 2011).

Meski penetrasi internet dan media sosial di Indonesia cukup tinggi, berbagai permasalahan sosial dan komunikasi masih menjadi tantangan serius. Masyarakat dihadapkan pada banjir informasi yang tidak seimbang dengan kemampuan literatif dalam memilah dan memverifikasi informasi. Fenomena penyebaran hoaks, polarisasi opini publik, radikalisme digital, serta rendahnya partisipasi kritis dalam diskusi daring mencerminkan lemahnya kemampuan literasi digital (Kominfo, 2023). Permasalahan komunikasi juga muncul dalam bentuk kepercayaan yang rendah terhadap informasi institusional, disrupsi komunikasi antar generasi, serta kurangnya edukasi yang sistematis mengenai etika dan keamanan digital.

Kondisi ini diperparah dengan fakta bahwa tingkat literasi membaca masyarakat Indonesia masih tergolong

rendah. Hasil survei PISA yang dirilis OECD (2019) menunjukkan bahwa Indonesia menempati peringkat ke-62 dari 70 negara. Ini menunjukkan adanya kesenjangan serius antara akses teknologi yang luas dengan kesiapan masyarakat dalam menyerap dan memproses informasi secara kritis dan bertanggung jawab. Tantangan ini membutuhkan pendekatan strategis, salah satunya melalui optimalisasi komunikasi publik berbasis media sosial oleh lembaga negara. yang dirilis OECD (2019) menunjukkan bahwa tingkat literasi membaca masyarakat Indonesia masih rendah—menempati peringkat ke-62 dari 70 negara. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara akses teknologi dengan kemampuan literatif masyarakat, yang menimbulkan kekhawatiran atas kecenderungan perilaku informasi yang kurang selektif terhadap disinformasi atau hoaks di media sosial.

Instagram menjadi salah satu platform dominan di Indonesia yang tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana edukasi dan komunikasi publik. Akun resmi pemerintah @literasidigitalkominfo, yang dikelola oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika, secara aktif

menyampaikan konten literasi digital kepada masyarakat. Dengan jumlah pengikut yang besar dan konten yang konsisten, akun ini memiliki potensi untuk mempengaruhi perilaku pencarian informasi followers-nya. Dalam konteks ini, perilaku followers mencerminkan respons aktif terhadap konten, seperti mencari informasi lebih lanjut, memberikan komentar, menyukai, dan membagikan informasi. Aktivitas ini menunjukkan bahwa followers tidak sekadar menjadi konsumen pasif, melainkan turut berperan sebagai pencari dan penyebar informasi (Westerman et al., 2012; Rakhmat, 2018; Ellis, 1989).

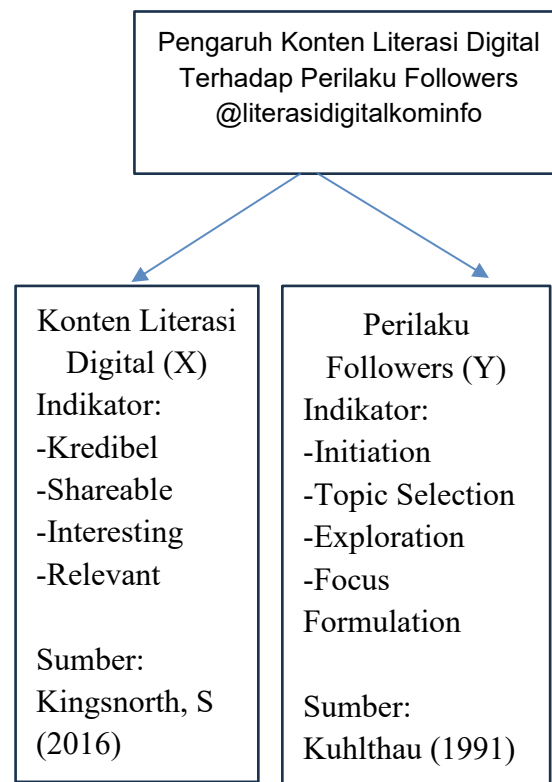
Namun, penelitian yang secara spesifik mengkaji bagaimana konten akun @literasidigitalkominfo memengaruhi perilaku pencarian informasi pengikutnya masih terbatas. Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji keterkaitan antara media sosial dan literasi digital. Wahyudin et al. (2019) meneliti peran akun Instagram dalam mendukung pengembangan literasi digital generasi muda. Zafirah dan Alfando (2024) serta Fajari dan Khuntari (2023) menemukan bahwa media sosial dapat memenuhi kebutuhan informasi, namun fokus kajian mereka belum menyentuh perilaku pencarian informasi secara spesifik.

Sementara itu, Saputri et al. (2023) menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap perilaku pencarian informasi di kalangan mahasiswa, namun tidak mengkaji konten dari akun resmi pemerintah. Oleh karena itu, penelitian ini menempati posisi penting dalam mengisi celah kajian tersebut. Fokusnya adalah pada pengaruh konten literasi digital yang diproduksi oleh akun resmi pemerintah terhadap perilaku pencarian informasi pengikutnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pijakan bagi peningkatan strategi komunikasi digital pemerintah.

Urgensi penelitian ini juga berkaitan dengan tantangan disrupsi informasi yang menjadikan kemampuan masyarakat dalam memilah informasi digital sebagai kebutuhan dasar. Strategi komunikasi digital pemerintah harus mampu merespons kondisi ini dengan menghadirkan konten yang tidak hanya menarik, tetapi juga mendorong keterlibatan kognitif pengguna untuk menjadi pencari informasi yang kritis. Secara teoretis, studi ini mendasarkan kajian pada *New Media Theory* dan *Information Seeking Theory*. *New Media Theory* relevan karena menjelaskan pergeseran komunikasi dari model satu arah ke arah dua arah yang

lebih partisipatif, khas dari media sosial seperti Instagram (McQuail, 2010). Akun @literasidigitalkominfo menjadi contoh bagaimana pemerintah dapat memanfaatkan media baru untuk membentuk interaksi yang dinamis dengan masyarakat. Sementara itu, *Information Seeking Theory* memberikan kerangka untuk memahami bagaimana individu secara aktif mencari, mengevaluasi, dan menggunakan informasi berdasarkan kebutuhan mereka (Ellis, 1989). Studi Saputri et al. (2023) dan Wahyudin et al. (2019) mendukung pendekatan ini dengan menunjukkan bahwa paparan konten edukatif di media sosial dapat memengaruhi perilaku informasi individu.

Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa semakin tinggi kualitas dan relevansi konten literasi digital yang disajikan oleh akun @literasidigitalkominfo, maka semakin tinggi pula kecenderungan followers untuk terlibat dalam perilaku pencarian informasi yang aktif, selektif, dan reflektif. Hubungan inilah yang menjadi dasar logis bagi perumusan hipotesis dan pengujian empiris dalam penelitian ini. Secara lengkap keterkaitan antar variabel dapat dilihat pada gambar kerangka pemikiran dibawah ini :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

Penelitian ini bertujuan mengkaji bagaimana konten literasi digital yang disajikan oleh akun literasidigitalkominfo mempengaruhi perilaku pencarian informasi followers-nya. Penggunaan kedua teori tersebut diharapkan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap relasi antara konten media sosial pemerintah dan dinamika perilaku informasi masyarakat.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengukur pengaruh konten literasi digital pada akun Instagram

@literasidigitalkominfo terhadap perilaku pencarian informasi followers-nya. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh data yang dapat dianalisis secara statistik guna menguji hubungan antar variabel secara objektif. Jenis penelitian ini adalah eksplanatif kuantitatif. Pendekatan eksplanatif digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel independen (konten literasi digital) dan variabel dependen (perilaku pencarian informasi).

Operasionalisasi Variabel

Variabel X: Konten Literasi Digital (Kingsnorth, 2016)

1. Kredibel: Sejauh mana konten bersumber dari informasi yang dapat dipercaya dan akurat.
2. Shareable: Kemampuan konten untuk dibagikan kembali oleh pengguna karena dirasa bermanfaat atau menarik.
3. Interesting: Daya tarik konten dari sisi bahasa, visual, atau gaya penyajian.
4. Relevant: Kesesuaian konten dengan kebutuhan dan minat audiens.

Variabel Y: Perilaku Pencarian Informasi (Kuhlthau, 1991)

1. Initiation: Kesadaran akan kebutuhan informasi dan mulai merasakan ketidakpastian.
2. Topic Selection: Pemilihan topik atau fokus informasi yang akan dicari.
3. Exploration: Proses menjelajah berbagai sumber untuk mendapatkan pemahaman awal.
4. Focus Formulation: Tahap ketika individu mulai merumuskan fokus pencarian yang lebih jelas berdasarkan eksplorasi awal.

Skala pengukuran untuk seluruh indikator menggunakan skala Likert 5 poin:

1 = Tidak Setuju Sekali

2 = Tidak Setuju

3 = Ragu-Ragu

4 = Setuju

5 = Setuju Sekali

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengikut akun Instagram @literasidigitalkominfo. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria: (1) merupakan followers aktif akun @literasidigitalkominfo, (2) berusia

minimal 17 tahun, dan (3) aktif menggunakan Instagram untuk mengakses informasi.

Untuk menentukan jumlah sampel minimum yang mewakili populasi secara

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

proporsional, digunakan rumus Slovin sebagai berikut:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan

(error tolerance)

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan diatas, peneliti telah mendapatkan nilai n atau jumlah sampel ialah sebesar 396,69 atau dibulatkan menjadi 397 sampel.

Uji Validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment untuk mengetahui sejauh mana setiap butir pernyataan mampu mengukur indikator variabel yang dimaksud. Instrumen dikatakan valid apabila nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) < 0,05 dan nilai korelasi > 0,3. Uji Reliabilitas dilakukan dengan rumus Cronbach's Alpha untuk mengetahui konsistensi internal instrumen. Kriteria reliabilitas instrumen adalah nilai alpha > 0,60. Uji Asumsi Klasik yang digunakan meliputi:

1. Uji Normalitas (menggunakan

Kolmogorov-Smirnov) untuk mengetahui distribusi data normal atau tidak. Jika hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi (Sig.) > 0,05, maka data berdistribusi normal dan asumsi terpenuhi.

2. Uji Heteroskedastisitas (dengan uji Glejser) untuk melihat ada atau tidaknya pola penyebaran residual. Jika hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikansi (Sig.) > 0,05, maka tidak terdapat heteroskedastisitas dan asumsi terpenuhi.
3. Uji Multikolinearitas (melalui VIF dan Tolerance) untuk memastikan tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Jika hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0,10, maka tidak terjadi multikolinearitas antar variabel.

Teknik Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner berbasis Google Form yang disebarakan secara daring. Instrumen penelitian terdiri dari pernyataan tertutup yang disusun berdasarkan indikator variabel konten

literasi digital dan perilaku pencarian informasi.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier sederhana untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (konten literasi digital) terhadap variabel terikat (perilaku pencarian informasi followers). Regresi linier sederhana dipilih karena hanya melibatkan satu variabel bebas dan satu variabel terikat.

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh tersebut, digunakan **uji t** sebagai bagian dari uji regresi. Uji t bertujuan untuk menguji hipotesis nol (H_0) apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji t dikatakan signifikan apabila nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel bebas dan terikat. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25.

yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan jenis deskriptif.

Metode kualitatif dipilih karena dapat ditujukan untuk menjelaskan, analisa serta memberikan pemahaman terhadap fenomena-fenomena sosial. Penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2012).

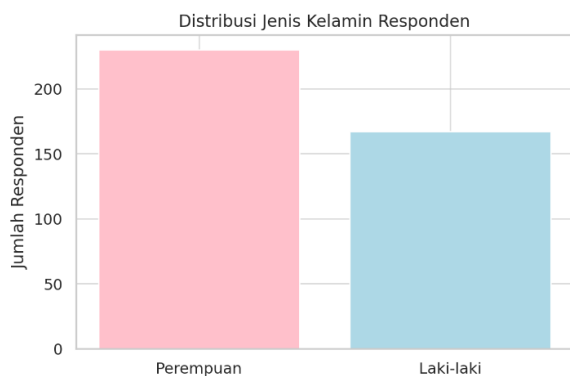
Teknik Pengumpulan data penulis menggunakan studi pustaka dengan menganalisis dokumen-dokumen, yang dikumpulkan dari berbagai sumber seperti jurnal yang membahas tentang implementasi diplomasi digital dalam kebijakan suatu negara, buku yang mendukung konsep-konsep diplomasi digital serta komunikasi internasional yang relevan dengan penelitian ini. Selanjutnya peneliti juga melakukan pengamatan di media sosial dan *website* pemerintah terkait hal-hal yang mengindikasikan diplomasi digital untuk mendukung kebijakan luar negeri suatu negara.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknologi Informasi Sebagai Instrumen Diplomasi Digital

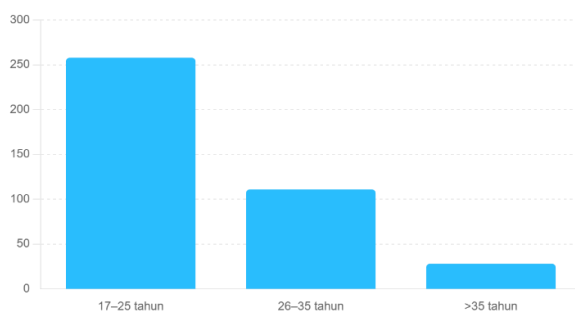
Responden dalam penelitian ini terdiri dari 397 orang followers aktif akun Instagram

@literasidigitalkominfo. Karakteristik responden diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.



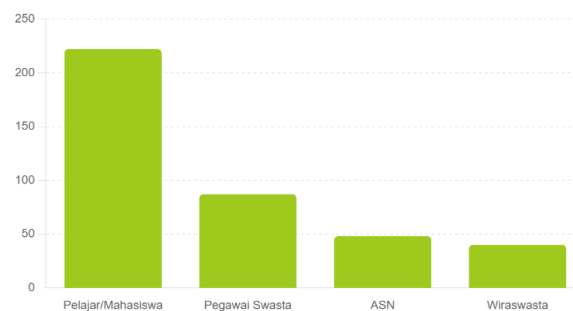
Gambar 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 58%, sedangkan laki-laki sebesar 42%.



Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden didominasi oleh usia 17–25 tahun (65%), diikuti oleh usia 26–35 tahun (28%) dan usia di atas 35 tahun (7%).



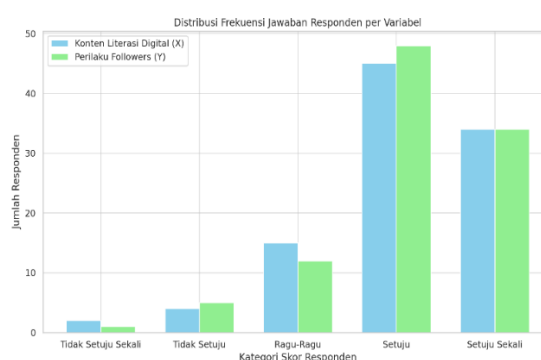
Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Sebagian besar responden adalah pelajar/mahasiswa (56%), diikuti oleh pegawai swasta (22%), ASN (12%), dan wiraswasta (10%). Karakteristik ini menunjukkan bahwa pengguna aktif akun tersebut sebagian besar berasal dari kalangan muda dengan latar belakang pendidikan yang masih aktif, serta kelompok profesional yang memiliki ketertarikan terhadap konten digital pemerintah.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden per Variabel

1. Konten Literasi Digital (X): Mayoritas responden menyatakan "Setuju" atau "Setuju Sekali" bahwa konten yang ditampilkan oleh @literasidigitalkominfo bersifat kredibel, menarik, relevan, dan mudah dibagikan.
2. Perilaku Pencarian Informasi (Y): Sebagian besar responden

mengindikasikan perilaku aktif dalam pencarian informasi, mulai dari kesadaran kebutuhan informasi (initiation), pemilihan topik, eksplorasi sumber, hingga perumusan fokus informasi.



Gambar 5. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Per Variabel

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan menggunakan teknik Pearson Product Moment. Sebuah item dianggap valid jika nilai koefisien korelasinya (r_{hitung}) lebih besar dari (r_{tabel}). Jumlah sampel uji adalah 397, probabilitas 5% dan $(df) = N-2 = 397-2 = 395$. Angka 395 pada r_{tabel} lebih dekat dengan angka 400, sehingga nilai r_{tabel} adalah 0,098. Pada penelitian ini pengujian validitas dilakukan untuk instrument kuesioner pada variabel konten literasi digital (X) maupun variabel perilaku *followers* (Y). Berdasarkan hasil pengujian validitas

bahwa semua item valid pada variabel konten literasi digital dalam penelitian ini dikarenakan hasil koefisien korelasi (r_{hitung}) dari 72 pernyataan lebih besar dari pada r_{tabel} yaitu 0,098 pada signifikansi 5%. Kemudian, berdasarkan hasil pengujian validitas variabel perilaku *followers* (Y), dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan valid. Hal ini terlihat dari nilai koefisien korelasi (r_{hitung}) dari 70 pernyataan lebih besar dari pada r_{tabel} yaitu 0,098.

		N	%
Cases	Valid	397	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	397	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.993	72

Tabel 1. Uji Reabilitas Variabel Konten Literasi Digital (X)

		N	%
Cases	Valid	397	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	397	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.968	70

Tabel 2. Uji Reabilitas Variabel Perilaku Followers (Y)

Pada penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji Alpha Cronbach. Jika nilai koefisien Alpha Cronbach $> 0,06$, maka variabel tersebut dianggap reliabel. Berdasarkan hasil pengujian reabilitas pada tabel 4.12 diatas, dapat disimpulkan bahwa instrumen kuesioner variabel konten literasi digital adalah reabel karena koefisien Cornbach's Alpha $> 0,06$ yakni sebesar 0,993. Selanjutnya instrumen kuesioner variabel konten perilaku followers adalah reabel karena koefisien Cornbach's Alpha $> 0,06$ yakni sebesar 0,968.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$, yang berarti data berdistribusi normal.
2. Uji Heteroskedastisitas

menggunakan uji Glejser menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai signifikansi $> 0,05$, yang berarti tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas tidak dilakukan karena hanya terdapat satu variabel bebas dalam model regresi, sehingga tidak ada potensi multikolinearitas.

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,501. Angka ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan dalam persepsi terhadap konten literasi digital akan meningkatkan perilaku pencarian informasi sebesar 0,501 satuan. Nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa pengaruh ini bersifat signifikan secara statistik. Selain itu, nilai R Square sebesar 0,555 mengindikasikan bahwa 55,5% variabilitas perilaku pencarian informasi followers dapat dijelaskan oleh konten literasi digital, yang menunjukkan kekuatan kontribusi variabel bebas dalam memengaruhi variabel terikat secara substansial. Sisanya sebesar 44,5%.

Pada pengujian t parsial untuk pengujian hipotesis di peroleh Nilai

signifikansi $0,000 < 0,05$ dan Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($22,213 > 1,65251$), maka dapat disimpulkan bahwa konten literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *followers*, artinya semakin tinggi tingkat konten literasi digital yang dilakukan, maka tahapan perilaku *followers* semakin tinggi. Dapat dikatakan juga semakin tinggi tingkat *credibel*, *shareable*, *interesting* dan *relevant* konten literasi digital makin memenuhi kebutuhan informasi *followers* mulai dari proses *intitation*, *topic selection*, *exploration* hingga *focus formulation*. ini menegaskan bahwa semakin tinggi kualitas konten literasi digital yang dikonsumsi, semakin meningkat pula kecenderungan individu dalam melakukan aktivitas pencarian informasi secara aktif dan terarah. Uji *t* parsial ini juga menunjukkan bahwa variabel konten literasi digital merupakan prediktor yang kuat dalam menjelaskan variasi pada perilaku pencarian informasi, yang secara statistik terbukti valid.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini memperkuat teori *Information Seeking* yang menyatakan bahwa perilaku pencarian informasi dipengaruhi oleh motivasi individu dalam memperoleh informasi yang relevan, akurat, dan dapat dipercaya

(Ellis, 1989). Motivasi ini dapat bersifat intrinsik, seperti rasa ingin tahu dan kebutuhan kognitif, maupun ekstrinsik seperti dorongan sosial dan kepentingan praktis. Dalam konteks ini, konten literasi digital yang dikemas secara visual dan komunikatif oleh akun @literasidigitalkominfo memberikan stimulus yang kuat yang tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga membentuk persepsi nilai guna informasi. Stimulus ini mendorong *followers* untuk secara aktif mengidentifikasi kebutuhan informasi, memilih sumber yang kredibel, mengevaluasi konten, dan menyusun pemahaman yang lebih terarah. Dengan demikian, konten digital tidak hanya berfungsi sebagai media penyampai pesan, tetapi juga sebagai pemicu proses kognitif dan reflektif dalam perilaku pencarian informasi yang lebih sistematis.

Temuan ini juga sejalan dengan prinsip *New Media Theory* yang menjelaskan bahwa media digital seperti Instagram memungkinkan terjadinya interaksi dua arah, keterlibatan pengguna yang tinggi, serta distribusi informasi yang cepat, luas, dan terdesentralisasi (McQuail, 2010). Dalam ekosistem media baru ini, pengguna memiliki kontrol lebih besar terhadap jenis informasi yang

mereka akses, komentari, dan bagikan. Konten edukatif yang bersifat interaktif dan partisipatif tidak hanya mendorong keterlibatan emosional dan sosial, tetapi juga mengaktifkan peran pengguna sebagai prosumer (produsen sekaligus konsumen) informasi. Oleh karena itu, followers tidak lagi sekadar menjadi audiens pasif, tetapi aktif dalam mencari, menyeleksi, dan bahkan menyebarkan ulang informasi yang mereka anggap relevan dan bermanfaat. Hal ini memperkuat posisi media sosial sebagai ruang publik digital yang mendorong literasi, partisipasi, dan pemberdayaan informasi.

Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi digital pemerintah tidak hanya bergantung pada frekuensi unggahan atau estetika visual, tetapi juga pada relevansi isi, keakuratan informasi, dan kemampuan konten dalam mendorong keterlibatan kognitif audiens. Perilaku followers yang tercermin dari frekuensi pencarian informasi, kebiasaan membandingkan sumber, dan partisipasi dalam diskusi online menunjukkan bahwa literasi digital tidak hanya berkembang melalui paparan konten, tetapi juga melalui pemrosesan informasi secara aktif.

Penelitian ini juga menunjukkan konsistensi dengan temuan Firdi dan Cindoswari (2023) yang meneliti pengaruh desain konten TikTok terhadap kebutuhan informasi followers akun @VMuliana. Peneliti tersebut menemukan bahwa perancangan konten yang baik, dengan karakteristik visual yang komunikatif dan informatif, berkontribusi secara signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi audiens. Melalui analisis regresi linier berganda, studi mereka memperlihatkan bahwa strategi perancangan konten yang terstruktur mampu menjelaskan varians kebutuhan informasi secara signifikan.

Dengan demikian, akun Instagram @literasidigitalkominfo dapat dikategorikan sebagai salah satu media baru pemerintah yang efektif dalam membentuk perilaku pencarian informasi yang lebih kritis dan reflektif di tengah masyarakat digital. Penelitian ini juga membuka ruang untuk studi lanjutan dengan memperluas variabel lain seperti interaktivitas konten, kepercayaan pada sumber informasi, dan pengaruh algoritma platform terhadap perilaku informasi.

4. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, penelitian ini menyimpulkan bahwa:

1. Konten literasi digital yang diunggah pada akun Instagram @literasidigitalkominfo terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pencarian informasi followers. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 (< 0.05), yang menunjukkan bahwa konten tersebut secara statistik berperan dalam memengaruhi perilaku followers secara nyata.
2. Hasil analisis model summary menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.555, yang berarti bahwa 55,5% variasi dalam perilaku pencarian informasi followers dapat dijelaskan oleh konten literasi digital. Sisanya, sebesar 44,5%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas konten—dari aspek kredibilitas, keterbagian, daya tarik, dan relevansi—semakin besar kemungkinannya untuk memenuhi kebutuhan informasi

followers, mulai dari tahap inisiasi, pemilihan topik, eksplorasi, hingga perumusan fokus.

Saran

1. Pengelola akun Instagram @literasidigitalkominfo disarankan untuk terus meningkatkan kualitas konten digital yang disajikan, dengan menekankan aspek informatif, kredibel, menarik, dan relevan. Hal ini penting khususnya untuk menjangkau audiens utama seperti remaja akhir dan mahasiswa, yang merupakan mayoritas followers.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan indikator variabel konten literasi digital berdasarkan model Kingsnorth (2016) dan perilaku pencarian informasi berdasarkan tahapan Kuhlthau (1991). Di samping itu, penggunaan metode analisis yang lebih kompleks seperti regresi berganda atau Structural Equation Modeling (SEM) juga layak dipertimbangkan untuk mengeksplorasi variabel lain yang dapat memengaruhi perilaku informasi.

Disarankan untuk mengeksplorasi lebih lanjut kemungkinan adanya hubungan non-linier antara konten digital dan perilaku pencarian informasi dengan menggunakan visualisasi scatter plot dan pendekatan statistik non-parametrik. Langkah ini akan membantu mengidentifikasi pola-pola yang mungkin tidak tertangkap dalam model linier sederhana.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Ellis, D. (1989). A behavioural model of information seeking strategies. *Information Processing & Management*, 25(4), 395–404.
- Fajari, Nisrina, and Diana Khuntari. "Pengaruh Konten Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers@ Wonosobozone." *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi* 3.2 (2023): 42-55. <https://doi.org/10.55606/juitik.v3i2.475>
- Firdi, M., and Ageng Rara Cindoswari. "Pengaruh Perancangan Konten Tiktok Vina Muliana (@Vmulliana) Terhadap Kebutuhan Informasi Pada Kalangan Followers." *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 5.3 (2023).
- Gilster, Paul, and Paul Gilster. *Digital literacy*. New York: Wiley Computer Pub., 1997.
- Potter, W. J. (2011). *Media literacy* (6th ed.). SAGE Publications.
- Rakhmat, J. (2018). Psikologi Komunikasi (Revisi). *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*.
[https://doi.org/10.1016/0306-4573\(89\)90049-2](https://doi.org/10.1016/0306-4573(89)90049-2)
- Saputri, Vike Aprilianin Marwintaria, And Rina Manggalani. "Pengaruh Literasi Digital Terhadap Perilaku Pencarian Informasi Di Kalangan Mahasiswa." *PAEDAGOGY: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Psikologi* 3.4 (2023): 229-236. <https://doi.org/10.51878/paedagogy.v3i4.2724>
- Wahyudin, Delmia, and Cardina Putri Adiputra. "Analisis literasi digital pada konten instagram@infinitygenre." *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 18.1 (2019): 25-34. <https://doi.org/10.32509/wacana.v18i1.744>
- Westerman, D., Spence, P. R., & Van Der Heide, B. (2012). A social network as information: The effect of system generated reports of connectedness on credibility on Twitter. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 199–206. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.09.001>
- Zafirah, Syazana, and Johantan Alfando WS. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram@Catchmeupco Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Followers." (2024)