

Penaruh Konten Instagram @PBESI_Official terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Gamers

Christopher Nicholas¹, Sri Wahyuning Astuti²

¹ Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, christophernicholas@student.telkomuniversity.ac.id¹

² Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, sriwahyuning@telkomuniversity.ac.id²

Abstract

This study aims to thoroughly analyze the influence of Instagram content from @PBESI_Official on fulfilling users' information needs. In today's digital era, characterized by rapid advancements in communication technology, social media—particularly Instagram—plays a strategic role as a platform for delivering information that is fast, easily accessible, and interactive. Through well-planned content, organizations can strengthen engagement with their audience while effectively addressing their informational needs. This research adopts a quantitative approach using a survey method, with data collected via questionnaires distributed to followers of the @PBESI_Official account. Data analysis techniques include simple linear regression to examine the influence of variables, hypothesis testing (t-test and F-test) to measure significance, and Pearson correlation analysis to determine the strength of relationships between variables. The findings reveal that Instagram content elements—comprising context, communication, collaboration, and connection—have a positive influence on fulfilling information needs. Regression analysis indicates that Instagram content contributes 70.2% to information needs fulfillment, while the remaining 29.8% is influenced by other factors beyond this study. These results highlight the importance of relevant, engaging, and well-structured content strategies to enhance communication quality and meet audience expectations effectively.

Keywords: Social Media, Instagram, fulfilment of information needs, PBESI, Esports

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam pengaruh konten Instagram @PBESI_Official terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para penggunanya. Dalam era digital yang ditandai dengan perkembangan teknologi komunikasi, media sosial, khususnya Instagram, memiliki peran strategis sebagai platform penyebaran informasi yang cepat, mudah diakses, dan bersifat interaktif. Melalui konten yang terencana, organisasi dapat membangun kedekatan dengan audiens sekaligus memenuhi kebutuhan informasi mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada pengikut akun @PBESI_Official. Teknik analisis data mencakup uji regresi linear sederhana untuk melihat pengaruh variabel, uji hipotesis (uji t dan F) untuk menguji signifikansi, serta analisis korelasi Pearson guna mengukur kekuatan hubungan antarvariabel. Hasil penelitian mengungkap bahwa elemen konten Instagram, meliputi context, communication, collaboration, dan connection, berpengaruh positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Berdasarkan analisis regresi, konten Instagram memberikan kontribusi sebesar 70,2% terhadap kebutuhan informasi, sedangkan 29,8% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar lingkup penelitian. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi konten yang relevan, menarik, dan terstruktur untuk meningkatkan kualitas komunikasi serta memenuhi ekspektasi audiens secara efektif.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, PBESI, Esports

I. PENDAHULUAN

Sosial Media mempunyai peran dalam keseharian kita, sebagai platform yang mempunyai interaksi secara instan dan komunikasi secara instan, media sosial telah mengubah cara bagaimana manusia berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Sejak kemunculannya media sosial bukan hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi personal, namun juga sebagai alat penting dalam berbagai bidang termasuk hiburan. Melalui media sosial orang dapat menyebarkan informasi secara luas dan cepat.

Platform seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan juga Tiktok menjadi tempat bagi Masyarakat untuk berinteraksi, berbagi informasi dan juga membangun komunitas virtual. Media sosial juga menjadi sarana utama untuk mengakses berita maupun informasi selain itu juga media sosial menjadi ruang publik yang mempertemukan berbagai

ide, opini, dan juga informasi.

Salah satu sektor hiburan terbesar di dunia saat ini adalah e-sports, atau olahraga elektronik, yang telah berkembang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Selain atlet, fenomena ini telah menarik media, sponsor, dan penggemar. Media sosial, khususnya Instagram, merupakan salah satu media yang sangat penting bagi

komunitas esports untuk terhubung dan berbagi informasi. Keinginan akan informasi menjelaskan mengapa setiap orang perlu mendapatkan pengetahuan yang relevan untuk mencapai tujuan tertentu. Media sosial, terutama Instagram, telah menjadi saluran utama bagi organisasi esports untuk berkomunikasi dengan penggemar.

Konten yang dibagikan di platform ini dapat mencakup pengumuman turnamen, *highlight* permainan, dan interaksi langsung dengan pemain. Menurut data dari Newzoo (2021), lebih dari 50% gamers menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi tentang game dan esports.

Kebutuhan informasi menjadi salah satu faktor kebutuhan yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. Pengurus Besar Esport Indonesia (PBESI) merupakan sebuah organisasi yang didirikan pada tahun 2020 yang dimana organisasi ini dibawah naungan oleh Komite Olahraga Nasional (KONI) yang berada di Kota Jakarta.

Tujuan pembentukan dari PBESI untuk mengembangkan ekosistem esports yang lebih terstruktur, mendukung atlet esports, dan juga memastikan esports diakui sebagai cabang olahraga yang sah. Sejak berdirinya PBESI Indonesia sudah mengikuti beberapa ajang aktif esports seperti: Sea Games, Asian Games, dan Piala Presiden.

II. Tinjauan Pustaka

2.1 Uses and Gratification Theory

Teori *uses and gratification* pertama kali di kenalkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, serta Michael Gurevitch di tahun 1974. *Uses and Gratification Theory* yang memiliki arti kegunaan dan kepuasan. Teori ini menjelaskan bahwa khalayak berperan aktif pada pemilihan media. sesuai dengan kebutuhan mereka selama proses pemilihan dan penggunaan media. Teori ini menyatakan bahwa audiens memiliki kebebasan untuk memilih media mana yang membantu mereka mencapai hasil yang mereka inginkan. Dalam konteks penelitian ini pengguna Instagram memilih konten yang mereka konsumsi sebagai media informasi, hiburan dan inspirasi.

Dari landasan teori diatas penelitian ini menyoroti bagaimana peran audiens yang aktif berfokus pada tujuan, yang dimana berkaitan dengan pengikut akun @PBESI_Official yang dimana bertujuan untuk mendapatkan informasi dan juga membangun perspektif dan persepsi yang positif terhadap citra dari PBESI. Pemilihan dan konsumsi konten oleh audiens dapat juga memberikin dan memperkuat ketertarikan terhadap PBESI dan juga bidang esport, dari hal tersebut juga dapat mempengaruhi audiens yang dimana mereka dapat menilai citra merek dari lembaga PBESI dan adanya keterikatan ini juga dapat menaikkan pamor PBESI sebagai lembaga yang berwenang dalam melaksanakan tugasnya dalam memajukan indsutri esport Indonesia sehingga perkembangan indsutri ini dapat bertumbuh dengan pesat

2.2 Instagram

Instagram sosial media yang sering digunakan di luncurkan pada 6 Oktober 2010. Awalnya aplikasi ini dibuat sebagai platform untuk berbagi gambar yang memberi peluang para pemakainya guna mengambil gambar, serta menguploadnya ke sosial mereka. Konsep awal dari Instagram ini terinspirasi dari aplikasi berbagi foto lainnya dan menciptakan sesuatu yang sederhana dan mudah digunakan oleh banyak orang. Semenjak peluncuran Instagram dalam waktu dua bulan setelah di luncurkan aplikasi ini telah menarik banyak pengguna Instagram juga memanfaatkan fitur like terhadap sesama pengguna yang dimana memungkinkan para penggunanya dapat mengikut satu sama lain dan dapat berinteraksi.

Berdasarkan pendapat Asri (2019), informasi yang disampaikan media sosial ialah elemen daripada konten yang dapat dimanfaatkan oleh suatu instansi dalam upaya membentuk citra lembaga tersebut. Dalam rangka memanfaatkan platform media sosial sebagai sarana pemberi informasi, peneliti mengadopsi konsep 4C sebagaimana dikemukakan oleh Heuer (2009), yakni:

- *Context (How we frame our stories)*
Dalam konsep *context* ini mengarah kepada kita membuat suatu narasi atau pesan yang ingin kita sampaikan
- *Communication (The practice of sharing story as well as listening, responding, and growing)*
Dalam konsep *Communication* bagaimana kita dalam penyampaian pesan, cerita dan juga merespons kepada audiens sehingga pesan tersebut dapat tersampaikan kepada audiens.
- *Collaboration (Working together to make things better and more efficient and effective)*
Konsep ini bagaimana kita bekerja sama atau kolaborasi antar akun instansi untuk membuat sesuatu menjadi lebih baik yang dimana instansi dapat membuat audiens berinteraksi lebih efektif.
- *Connection (The relationship we forge and maintain)*

Konsep ini ialah dimana kita memelihara interaksi yang telah dibangun dengan baik satu sama lain yang dimana memelihara hubungan sangat penting untuk kedepannya.

2.3 Kebutuhan Informasi

Kebutuhan informasi ialah keadaan dimana individu ataupun kelompok merasa kekurangan pengetahuan atau informasi yang diperlukan untuk mengambil keputusan, menyelesaikan masalah atau memenuhi keinginan tertentu. Setiap individu cenderung mengakses beragam sumber informasi guna memenuhi kebutuhan mereka terhadap pengetahuan yang dibutuhkan.

Berdasarkan Guha (Dalam Zhafira Salsabil et al., 2019) mengatakan bahwa terdapat 4 jenis kebutuhan yang diharapkan daripada suatu informasi, yakni:

- *Current need approach*
Pendekatan penggunaan informasi terkini menggambarkan kebutuhan sehari-hari untuk mendapatkan informasi terkini
- *Everyday need approach*
Pendekatan khusus dan cepat untuk dapat memenuhi kebutuhan informasinya. Pengguna mencari informasi tentang aktivitasnya setiap hari
- *Exhaustive need approach*
Metode ini memenuhi kebutuhan informasi untuk pemakai yang lebih mendalam yang dimana sangat bergantung dengan informasi yang relevan untuk kebutuhan mereka
- *Catching-up need approach*
Metode untuk memenuhi kebutuhan pengguna informasi yang membutuhkan informasi yang singkat tetapi komprehensif serta terkini

III. Metodologi Penelitian

Hubungan antara konten Instagram dari @pbsi_official sebagai variabel bebas (X) dan kepuasan tuntutan informasi sebagai variabel terikat (Y) dikaji dalam penelitian ini dengan menggunakan metodologi kuantitatif dan tipe korelasional. Pendekatan kebutuhan masa kini, pendekatan kebutuhan sehari-hari, pendekatan kebutuhan menyeluruh, dan pendekatan kebutuhan untuk mengikuti perkembangan zaman merupakan faktor-faktor terikat, sedangkan variabel bebasnya adalah dimensi konteks, komunikasi, kolaborasi, dan koneksi. Populasi penelitian ini terdiri dari pengikut Instagram @pbsi_official. Pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling, dan di antara responden terdapat pengikut Instagram @pbsi_official yang juga mengikuti berita esports. Rumus Hair et al. (2014) digunakan untuk menghitung besar sampel, dan diperoleh 130 responden. Survei daring yang dibuat dengan Google Form digunakan untuk mengumpulkan data..

IV. Hasil dan Pembahasan

Pengikut Instagram @PBESI_Official diberikan survei daring melalui Google Form untuk mengumpulkan data penelitian ini. Kuesioner disebar di daring melalui pesan langsung (DM) di Instagram kepada para pengikut dan melalui teman-teman yang berkecimpung di dunia esports. Strategi pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dan responden dipilih berdasarkan serangkaian kriteria, termasuk aktif di Instagram, mengikuti akun @PBESI_Official, dan mengikuti berita esports. Setelah mendistribusikan survei berisi 26 pertanyaan kepada 130 responden, tujuan tersebut tercapai.

Hasil data penelitian menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan yang disajikan melalui kuisisioner menghasilkan informasi terkait karakteristik serta tanggapan dari para responden. Sebanyak 130 responden berpartisipasi dalam penelitian ini, dengan distribusi karakteristik responden yang dijelaskan dalam beberapa kategori. Pertama, berdasarkan usia, mayoritas responden berada dalam rentang usia 21-25 tahun, dengan 86 responden (66,15%). Sementara itu, 23 responden (17,70%) berusia 26-30 tahun, dan 21 responden (16,15%) berusia 18-20 tahun. Tidak ada responden yang berusia di atas 31 tahun.

Selanjutnya, karakteristik responden juga dianalisis berdasarkan jenis kelamin. Dari 130 responden, mayoritas adalah laki-laki, dengan jumlah 66 responden (50,77%), sedangkan responden perempuan berjumlah 64 (49,23%).

Data ini menunjukkan bahwa konten yang dihasilkan oleh PBESI lebih menarik bagi laki-laki, namun persentase responden perempuan juga cukup signifikan, yang menunjukkan bahwa Instagram @PBESI_Official juga menarik perhatian audiens perempuan.

4.3.1 Uji Reabilitas

Untuk menilai konsistensi instrumen penelitian, dilakukan pengujian reliabilitas. Jika nilai alpha Cronbach variabel lebih dari 0,6 (> 0,6), maka data dianggap kredibel. Hasil reliabilitas data masing-masing variabel adalah sebagai berikut::

Reliability Statistics		Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items
.848	12	.858	14

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti pada SPSS (2025)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel berikut menggunakan SPSS, nilai Cronbach's Alpha kedua variabel berada di atas 0,8 (>0,6). Oleh karena itu, variabel X dan Y dianggap reliabel..

4.3.2 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) dan memperoleh hasil sebagai berikut:

N	130
Normal Parameters ^{a,b}	
Mean	.6020000
Std. Deviation	3.90486080
Most Extreme Differences	
Absolute	.097
Positive	.097
Negative	-.067
Test Statistic	.097
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c	.005
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	.004
99% Confidence Interval	
Lower Bound	.002
Upper Bound	.006

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti pada SPSS (2025)

Gambar di atas merupakan hasil uji normalitas menggunakan kolmogrov-smirnov, diketahui nilai signifikansi sebesar 0,005, sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi secara normal.

4.3.3 Uji Linearitas

Uji Linearitas dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) dan memperoleh hasil sebagai berikut:

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pemenuhan Kebutuhan Informasi * Konten Instagram	Between Groups (Combined)	5015.919	17	295.054	20.776	<.001
	Linearity	4639.516	1	4639.516	326.689	<.001
	Deviation from Linearity	376.403	16	23.525	1.657	.066
Within Groups		1590.581	112	14.202		
Total		6606.500	129			

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti pada SPSS (2025)

Berdasarkan hasil uji linearitas, diketahui *Sig. Deviation from linearity* sebesar $0,066 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara konten Instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi

4.3.4 Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) dan memperoleh hasil sebagai berikut

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.702	.700	3.92008

a. Predictors: (Constant), Konten Instagram

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti pada SPSS (2025)

Koefisien korelasi (R) menghasilkan hasil sebesar 0,838. Tabel tersebut menunjukkan bahwa variabel independen (konten Instagram) memiliki pengaruh sebesar 70,2% terhadap variabel dependen (pemenuhan tuntutan informasi), dengan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,702. Sementara itu, faktor-faktor tambahan yang tidak tercakup dalam penelitian ini memiliki dampak terhadap 29,8% sisanya.

4.3.5 Analisis Regresi Sederhana

Uji hipotesis untuk analisis regresi sederhana dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) dan memperoleh hasil sebagai berikut:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.673	2.375		2.389	.018
	Konten Instagram	1.142	.066	.838	17.376	<.001

a. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti pada SPSS (2025)

Diketahui nilai Constanta (α) sebesar 5.673, sedangkan nilai Konten Instagram (b / koefisien regresi) sebesar 1.142 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = \alpha + bX$$

$$Y = 5.673 + 1.142X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan:

1. Nilai konstanta variabel konten Instagram adalah 5.673, yang berarti setiap peningkatan 1% pada nilai konten Instagram akan meningkatkan nilai pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 1.142.
2. Koefisien regresi memiliki nilai positif dengan nilai 1.142 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X memiliki pengaruh positif terhadap variabel Y

Berdasarkan nilai signifikansi pada tabel *coefficients* diperoleh nilai signifikansi sebesar $(,001) < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel konten Instagram (X) secara signifikan memengaruhi variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y)

4.5.6 Uji t (Parsial)

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji parsial (t-test), yang bertujuan untuk menguji adanya pengaruh secara parsial dari variabel X terhadap variabel Y. Berikut hasil perhitungan Uji T melalui SPSS:

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.673	2.375		2.389	.018
	Konten Instagram	1.142	.066	.838	17.376	<.001

a. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti pada SPSS (2025)

Sebelum pengambilan keputusan uji t, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H0: Konten Instagram @PBESI_Official tidak memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi gamers

H1: Konten Instagram @PBESI_Official memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi gamers

Diketahui nilai t hitung berdasarkan tabel diatas yaitu sebesar 17.376 dan nilai signifikansi sebesar $(,001)$. Selanjutnya yaitu mengetahui nilai t tabel yang memiliki signifikansi 0,05 dengan jumlah $df=128$, yaitu 1,978

Dasar pengambilan keputusan pada uji t adalah sebagai berikut:

- Jika $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ (nilai t hitung melebihi nilai t tabel) dan memiliki Tingkat signifikan kurang dari 0,05, maka hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (H1) diterima.
- Jika $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ (nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel) dan Tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 maka hipotesis nol (H0) diterima sementara hipotesis alternatif (H1) ditolak.

Diketahui nilai t hitung berdasarkan tabel diatas yaitu sebesar 17,376 dan t tabel 1,978, dapat disimpulkan bahwa t hitung lebih besar daripada t tabel $17,376 \geq 1,978$, dan nilai signifikansi sebesar 0,001 $(0,001 < 0,05)$ sehingga dapat di simpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Dapat ditarik Kesimpulan bahwa variabel konten Instagram (X) berpengaruh terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y).

4.5.7 Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistic SPSS dan memperoleh hasil sebagai berikut:

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4639.516	1	4639.516	301.913	<.001 ^b
	Residual	1966.984	128	15.367		
	Total	6606.500	129			

a. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

b. Predictors: (Constant), Konten Instagram

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti pada SPSS (2025)

Data di atas memperoleh hasil signifikansi sebesar 0,001 atau berada di bawah 0,05, maka H0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari konten Instagram (X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y).

4.5.8 Uji Korelasi *Pearson Product Moment*

Uji korelasi dilakukan untuk menentukan adanya hubungan antar variabel pada penelitian ini, serta berapa besar hubungannya. Pengujian di lakukan dengan *Pearson Product Moment* pada SPSS dan mendapatkan hasil yaitu:

Correlations

		Konten Instagram	Pemenuhan Kebutuhan Informasi
Konten Instagram	Pearson Correlation	1	.838**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	130	130
Pemenuhan Kebutuhan Informasi	Pearson Correlation	.838**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	130	130

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti pada SPSS (2025)

Hasil data di atas menunjukkan nilai signifikan kedua variabel sebesar 0,001 ($0,001 < 0,05$), sehingga kedua variabel tersebut berkorelasi dan memiliki hubungan dan nilai korelasi keduanya sebesar 0,838.

4.5.9 Pengaruh Konten Instagram @PBESI_Official terhadap pemenuhan kebutuhan informasi gamers

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel konten Instagram (X) memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y). Analisis regresi langsung menunjukkan bahwa setiap peningkatan konten Instagram dari @PBESI_Official memiliki dampak yang baik terhadap kebutuhan informasi, sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien regresi positif sebesar 1,142. Uji t menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,001 ($<0,05$), nilai t hitung sebesar 17,736, dan t tabel sebesar 1,978. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa postingan Instagram dari @PBESI_Official memiliki dampak yang cukup besar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para gamer..

Menurut penelitian (Khansa, 2021), media sosial memiliki dampak dalam memenuhi kebutuhan informasi pembaca. Platform media sosial Instagram yang sama digunakan untuk observasi guna memperoleh temuan yang sama. Selain menawarkan wawasan umum, konten yang bersifat instruktif dapat membantu pengguna media sosial—khususnya gamer—untuk tetap mengikuti perkembangan terkini dalam industri esports. Telah dibuktikan pula bahwa materi yang informatif meningkatkan kebahagiaan pengguna, yang mendorong para pemain untuk mengikuti @PBESI_Official di Instagram guna memperoleh informasi terkini tentang industri esports.

4.5.10 Besaran Pengaruh Konten Instagram @PBESI_Official terhadap pemenuhan kebutuhan informasi gamers

Berdasarkan hasil penelitian koefisien determinasi, variabel konten Instagram (X) memiliki pengaruh sebesar 70,2% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y), dengan nilai R Square sebesar 0,702. Faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap sisanya sebesar 29,8%. Hal ini menunjukkan bahwa, meskipun Instagram memiliki pengaruh yang signifikan, audiensnya dipengaruhi oleh berbagai faktor lainnya. Namun, nilai korelasi sebesar 0,838 antara kedua variabel dalam penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat substansial antara konten Instagram (X) dan pemenuhan kebutuhan informasi (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua elemen yang diteliti memiliki hubungan yang cukup besar dan menguntungkan..

V. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini didasarkan pada temuan dan pembahasan tentang bagaimana penggunaan akun media sosial @PBESI_Official memengaruhi kemampuan gamer untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Berdasarkan penjelasan peneliti pada bab-bab sebelumnya, kesimpulan penelitian ini adalah bahwa informasi akun @PBESI_Official secara signifikan memengaruhi kemampuan gamer untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Analisis koefisien korelasi sebesar 0,838 mendukung hal ini, yang menunjukkan bahwa kebutuhan informasi gamer akan semakin terpenuhi dengan setiap informasi tambahan.

5.2 Saran

Peneliti mengidentifikasi sejumlah rekomendasi untuk penelitian tambahan berdasarkan temuan perdebatan dan kesimpulan yang disajikan dalam studi ini. Untuk menyebarkan pengaruh konten media sosial terhadap perilaku gamer dan tingkat kepuasan dari waktu ke waktu, studi mendatang sebaiknya terlebih dahulu mempertimbangkan untuk melakukan

pemeriksaan jangka panjang. Kedua, penelitian dapat difokuskan pada bagaimana konten yang ditawarkan memengaruhi keterlibatan komunitas gamer dan bagaimana interaksi pengguna dapat membantu orang memenuhi tuntutan informasi mereka. Terakhir, studi tambahan dapat mengevaluasi kegunaan materi yang diunggah dan tingkat keterlibatan pengguna menggunakan data analitis dari jaringan media sosial. Diharapkan bahwa rekomendasi ini akan memberikan kontribusi substansial bagi kemajuan penelitian mendatang di bidang ini.

REFRENSI

- Khansa, S. D., & Putri, K. Y. S. (2021). Pengaruh akun media sosial Instagram@ whiteboardjournal terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pembaca. *Jurnal InterAct*, 10(2), 24-34.
- Creswell, J. (1994). *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. SAGE Publications.
- Adistri, N., & Rusman, A. A. (2024). Pemenuhan kebutuhan informasi pada TikTok: Studi uses and gratification di era digital. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 8(2), 103-116.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)* (Cetakan ke VIII). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Nisrina Fajari, & Diana Khuntari. (2023). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers @Wonosobozone. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 3(2), 42-55.
- Salsabil, Z., & Arfa, M. (n.d.). *EFEKTIVITAS WEBSITE FEMALE DAILY.COM DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI PENGGUNA*.
- Sharps, M. A., Hetherington, M. M., Blundell-Birtill, P., Rolls, B. J., & Evans, C. E. L. (2019). The effectiveness of a social media intervention for reducing portion sizes in young adults and adolescents. *Digital Health*, 5.

