Efektivitas Pesan Cinta Bangga Paham Rupiah Pada Akun Instagram @cbp.rupiah oleh Departemen Pengelolaan Uang Bank Indonesia Terhadap Kebutuhan Informasi Audiens

Muhamad Syauqi1[1], Aditya Ali[2]
[1] Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom , Indonesia, muhammsyauqi@student.telkomuniversity.ac.id
[2] Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom , Indonesia, adityaali@telkomuniversity.ac.id

Abstract
This study aims to examine the effectiveness of the Cinta, Bangga, Paham (CBP) Rupiah message delivered through the Instagram account @cbp.rupiah managed by the Currency Management Department of Bank Indonesia in fulfilling audience information needs. This research employs a descriptive quantitative approach using the Circular Model of SOME, consisting of Search, Optimize, Manage, and Engage dimensions as indicators of message effectiveness, as well as information needs approaches including current, everyday, exhaustive, and catching-up needs. Data were collected through questionnaires distributed to followers of the @cbp.rupiah Instagram account and analyzed using non-parametric statistical techniques. The findings indicate that CBP Rupiah messages are perceived as effective and show a significant relationship with the fulfillment of audience information needs. These results highlight Instagram's strategic role as a digital public communication and financial education medium.

Keywords: *Audience, Bank Indonesia, Information needs, Instagram, Message effectiveness*

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas pesan program Cinta, Bangga, Paham (CBP) Rupiah yang disampaikan melalui akun Instagram @cbp.rupiah oleh Departemen Pengelolaan Uang Bank Indonesia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi audiens. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan model Circular Model of SOME yang meliputi aspek Search, Optimize, Manage, dan Engage sebagai variabel efektivitas pesan, serta pendekatan kebutuhan informasi yang mencakup current, everyday, exhaustive, dan catching-up need. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada pengikut akun Instagram @cbp.rupiah dan dianalisis menggunakan teknik statistik nonparametrik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan CBP Rupiah dinilai efektif dan memiliki hubungan signifikan dengan pemenuhan kebutuhan informasi audiens. Temuan ini menegaskan peran strategis Instagram sebagai media komunikasi publik dan edukasi keuangan digital.

Kata Kunci: Audiens, Bank Indonesia, Efektivitas pesan, Instagram, Kebutuhan informasi

1.PENDAHULUAN

Digitalisasi telah menciptakan lingkungan komunikasi yang sangat dinamis, cepat, dan terfragmentasi sehingga institusi pemerintah dituntut untuk mampu beradaptasi dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat Instagram menjadi salah satu platform yang dominan digunakan oleh masyarakat Indonesia. Dengan 99,4 juta pengguna aktif, Indonesia menempati posisi keempat sebagai negara dengan pengguna Instagram terbesar di dunia (We Are Social & Meltwater, 2024). Penelitian ini mengidentifikasi Seberapa Efektif pesan Cinta Bangga Paham Rupiah pada akun Instagram @cbp.rupiah oleh Departemen Pengelolaan Uang Bank Indonesia terhadap kebutuhan informasi Audiens Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas akun Instagram @cbp.rupiah dalam memenuhi kebutuhan

informasi masyarakat terkait program Cinta, Bangga, Paham (CBP) Rupiah yang diselenggarakan oleh Departemen Pengelolaan Uang Bank Indonesia. Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis, yang dijelaskan sebagai berikut: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya pada ranah komunikasi digital dan efektivitas media sosial sebagai alat penyampaian informasi publik. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi Departemen Pengelolaan Uang Bank Indonesia dalam mengevaluasi sekaligus meningkatkan strategi komunikasi digital melalui akun Instagram @cbp.rupiah.

I. TINJAUAN LITERATUR

1. New Media

New media merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan bentuk komunikasi baru berbasis teknologi digital yang memungkinkan masyarakat berinteraksi secara cepat, interaktif, dan fleksibel.

2. Teori SOME (Share, Optimize, Manage, Engage)

Teori SOME (Share, Optimize Manage, Engage) yang dikembangkan oleh Regina Luttrell (2019) merupakan kerangka konseptual yang menjelaskan bagaimana strategi komunikasi digital dapat dioptimalkan untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dan keterlibatan audiens.

3. Ukuran Efektivitas

Efektivitas pesan merupakan konsep kunci dalam ilmu komunikasi yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu pesan berhasil mencapai tujuan komunikatifnya, baik dalam hal meningkatkan pemahaman, memengaruhi sikap, maupun mendorong tindakan audiens.

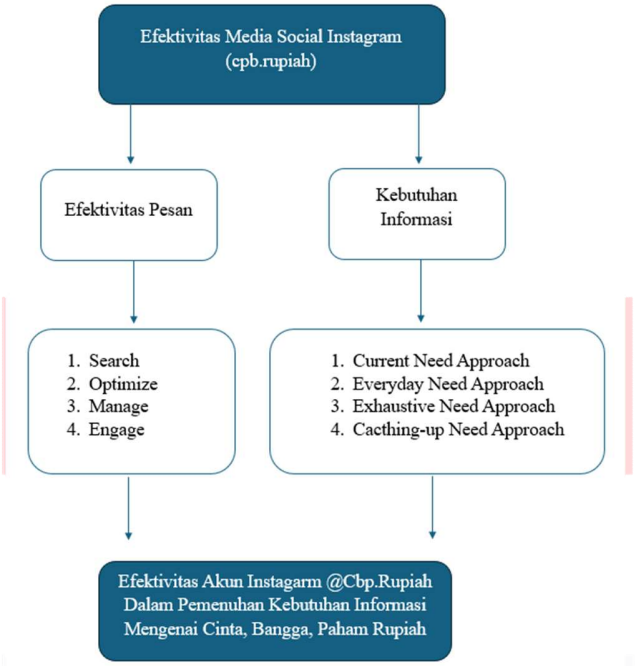
4. Media Sosial

Media sosial merupakan platform komunikasi digital yang memungkinkan pengguna untuk membuat, membagikan, dan berinteraksi dengan konten secara cepat, terbuka, dan tanpa batasan geografis

5. Instagram

Instagram merupakan salah satu platform media sosial berbasis visual yang memungkinkan pengguna membagikan foto, video, dan berbagai bentuk konten kreatif lainnya.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1

Sumber Olahan Peneliti (2025)

Hipotesis Penelitian

Hipotesis Nol (H0)

Hipotesis Alternatif (H1)

II. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran yang sistematis, terukur, dan faktual mengenai fenomena yang diteliti melalui penyajian data dalam bentuk angka.

Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan dua variabel utama, yaitu variabel X (Efektivitas Pesan berdasarkan Circular Model of SOME) dan variabel Y (Kebutuhan Informasi).

Skala Pengukuran

Blueprint instrumen penelitian disusun untuk memetakan keterhubungan antara variabel, dimensi, indikator, serta butir pernyataan yang digunakan dalam kuesioner. Penyusunan blueprint ini merupakan bagian penting dalam proses operasionalisasi variabel, karena memastikan bahwa setiap indikator terwakili secara proporsional dan sesuai dengan landasan teoritis yang digunakan

Tabel 1 Blueprint Variabel X – Circular Model of SoMe

Variabel	Dimensi	Indikator	Item	Skala
X – Efektivitas Pesan Model SOME	Search	Kedekatan sosial, rasa komunitas, ruang interaksi	X1–X3	Likert 1–4
	Optimize	Ketertarikan visual, konsistensi visual, visual mendukung pemahaman	X4–X6	Likert 1–4
	Manage	Kejelasan pesan, relevansi pesan, konsistensi pesan, kejelasan bahasa	X7–X10	Likert 1–4
	Engage	Dorongan interaksi, motivasi berpartisipasi, keterlibatan pengguna	X11–X13	Likert 1–4

Sumber Olahan Data Peneliti (2025)

Tabel 2 Blueprint Variabel Y – Circular Model of SoMe

Variabel	Dimensi	Indikator	Item	Skala
Y – Kebutuhan Informasi	Current Need	Informasi terbaru dan update CBP Rupiah	Y1–Y2	Likert 1–4
	Everyday Need	Relevansi informasi untuk kebutuhan harian	Y3–Y4	Likert 1–4

	Exhaustive Need	Kelengkapan dan kedalaman informasi	Y5–Y6	Likert 1–4
	Catching-up Need	Kemudahan mendapatkan informasi yang terlewat atau mengejar ketertinggalan	Y7–Y8	Likert 1–4

Sumber Olahan Data Peneliti (2025)

Tabel 3 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Item
Efektivitas Pesan	**Search**	Konten @cbp.rupiah mudah saya bagikan kepada orang lain
		Saya merasa konten akun ini layak untuk dibagikan karena informatif
		Konten @cbp.rupiah relevan sehingga mendorong saya ingin membagikannya
		Pesan yang disampaikan akun @cbp.rupiah mampu menarik minat orang lain untuk ikut melihatnya
	Optimize	Konten @cbp.rupiah menggunakan visual yang jelas dan menarik
		Bahasa yang digunakan pada konten akun ini mudah saya pahami
		Desain, warna, dan layout kontennya membantu saya memahami pesan dengan baik
	Manage	Konten @cbp.rupiah tersaji secara konsisten dan membantu saya mengenali identitas program CBP Rupiah
		Akun @cbp.rupiah di-update secara teratur dan konsisten

		Informasi yang disampaikan selalu sesuai dengan tujuan edukasi CBP Rupiah
		Pengelolaan konten akun ini membuat saya mudah menemukan informasi yang saya butuhkan
		Akun @cbp.rupiah dikelola secara profesional dan terpercaya
	Engage	Konten akun @cbp.rupiah membuat saya tertarik untuk terus mengikuti akun ini.
		Saya terdorong untuk berinteraksi dengan konten (like, komentar, share)
		Konten akun ini meningkatkan rasa bangga saya terhadap rupiah
		Pesan yang disampaikan mendorong saya mendukung program CBP Rupiah
Kebutuhan Informasi	**Current Need Approach**	Akun @cbp.rupiah menyediakan informasi terkini terkait program CBP Rupiah
		Saya memperoleh informasi terbaru mengenai kebijakan Bank Indonesia dari akun ini
		Akun @cbp.rupiah membantu saya mengikuti isu-isu ekonomi yang sedang berkembang
	Everyday Need Approach	Informasi dari akun @cbp.rupiah bermanfaat untuk kehidupan sehari-hari saya
		Saya sering menemukan konten akun ini dalam aktivitas media sosial saya
		Konten akun @cbp.rupiah membantu saya dalam memahami aktivitas finansial harian

	Exhaustive Need Approach	Akun @cbp.rupiah menyediakan informasi yang lengkap dan mendalam
		Konten yang ditampilkan memberikan pemahaman komprehensif tentang program CBP Rupiah
		Penjelasan pada konten akun ini membantu saya memahami topik ekonomi secara lebih luas
	Cacthing-up Need Approach	Akun @cbp.rupiah membantu saya mengetahui informasi terbaru tentang rupiah yang sebelumnya belum saya ketahui
		Kontennya memudahkan saya memahami hal baru terkait edukasi dan kebijakan rupiah Saya merasa tidak ketinggalan informasi penting mengenai rupiah berkat akun ini
		Secara keseluruhan, akun @cbp.rupiah efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi saya
		Saya berharap akun ini terus memberikan informasi yang bermanfaat dan edukatif tentang rupiah

Populasi

Dalam penelitian kuantitatif, populasi tidak selalu diartikan sebagai keseluruhan subjek secara nominal, melainkan sebagai kelompok subjek yang relevan dan dapat dijangkau oleh peneliti.

Sampel

Penentuan sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin, yang sering digunakan ketika peneliti memiliki populasi besar dan ingin memperoleh ukuran sampel yang efisien dengan tingkat kesalahan tertentu. Dengan tingkat kesalahan (error tolerance) sebesar 5%, ukuran sampel dihitung sebagai berikut:

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

$$n = \frac{250}{1 + 250(0{,}5)^2} = 153{,}8 \approx 154$$

Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan pendekatan convenience sampling. Teknik ini dipilih karena responden diperoleh berdasarkan kemudahan akses dan kesediaan pengikut akun @cbp.rupiah untuk mengisi kuesioner yang disebarkan melalui platform digital.

Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder, yang keduanya diperoleh melalui metode dan sumber berbeda. Pemilihan teknik ini disesuaikan dengan kebutuhan penelitian untuk memperoleh data yang akurat, relevan, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, terutama dalam hubungan efektivitas pesan dengan kebutuhan informasi.

Data Primer

Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan platform Google Form. Kuesioner disusun berdasarkan operasionalisasi variabel yang telah dijabarkan sebelumnya, meliputi variabel X (Efektivitas Pesan) dan variabel Y (Kebutuhan Informasi). Setiap butir pernyataan pada kuesioner menggunakan skala Likert 1–4 yang meminta responden memberikan tingkat persetujuan terhadap pernyataan yang diberikan.

Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui studi literatur dari berbagai sumber terdokumentasi seperti buku referensi, jurnal ilmiah, artikel akademik, skripsi, laporan resmi, dan publikasi terkait komunikasi digital serta kebutuhan informasi.

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menilai instrumen kuesioner yang telah disebarkan kepada responden. Dalam perhitungan uji validitas tersebut, peneliti menggunakan teknik korelasi Product Moment Pearson dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2}\sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Dimensi	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Efektivitas Pesan	Search	1	0.989	0.159	Valid
		2	0.994	0.159	Valid
		3	0.897	0.159	Valid
		4	0.987	0.159	Valid
	Optimize	1	0.991	0.159	Valid

		2	0.988	0.159	Valid
		3	0.962	0.159	Valid
	Manage	1	0.994	0.159	Valid
		2	0.931	0.159	Valid
		3	0.970	0.159	Valid
		4	1.014	0.159	Valid
		5	0.973	0.159	Valid
	Engage	1	0.928	0.159	Valid
		2	1.001	0.159	Valid
		3	0.996	0.159	Valid
		4	0.980	0.159	Valid
Kebutuhan Informasi	Current Need Approach	1	0.951	0.159	Valid
		2	0.967	0.159	Valid
		3	1.016	0.159	Valid
	Everyday Need Approach	1	1.021	0.159	Valid
		2	0.911	0.159	Valid
		3	1.016	0.159	Valid
	Exhaustive Need Approach	1	0.913	0.159	Valid
		2	0.966	0.159	Valid
		3	1.011	0.159	Valid
	Cachting-up Need Approach	1	1.007	0.159	Valid
		2	0.979	0.159	Valid
		3	0.973	0.159	Valid
		4	0.967	0.159	Valid
		5	1.006	0.159	Valid

Berdasarkan hasil uji coba terhadap 30 butir pernyataan yang melibatkan 154 responden, seluruh item dinyatakan memenuhi kriteria validitas. Oleh karena itu, seluruh butir pernyataan tersebut digunakan dalam penelitian ini, yang terdiri atas 30 item, dengan rincian 16 item untuk variabel X dan 14 item untuk variabel Y.

Uji Reliabilitas

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

No	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
1.	Efektivitas Pesan	0.978	16	Reliabel

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

No	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
1.	Kebutuhan Informasi	0.973	14	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang disajikan pada Tabel 3.5 dan Tabel 3.6, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel memenuhi kriteria reliabilitas, karena nilai koefisien yang diperoleh lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, variabel-variabel tersebut dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Dalam sebuah penelitian, memilih teknik analisis data yang akurat dan tepat merupakan yang yang krusial. Teknik analisis data ini berkaitan dengan proses perhitungan yang dilakukan untuk menjawab rumusan masalah serta menguji hipotesis yang telah diajukan. Jenis hipotesis yang digunakan akan menentukan pilihan teknik statistik yang diterapkan.

Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019), statistik deskriptif merupakan metode statistik yang bertujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan data yang telah dikumpulkan dengan menampilkan karakteristik data secara apa adanya, tanpa bermaksud untuk menarik kesimpulan yang bersifat umum atau melakukan generalisasi.

Uji Korelasi Spearman

Uji korelasi Spearman Rank digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis hubungan antara variabel efektivitas pesan Cinta, Bangga, Paham Rupiah pada akun Instagram @cbp.rupiah dengan variabel kebutuhan informasi audiens. Uji ini termasuk dalam kategori statistik non-parametrik yang bertujuan untuk mengetahui tingkat

Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana merupakan teknik analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh satu variabel independen terhadap satu variabel dependen,

Koefisien Determinasi

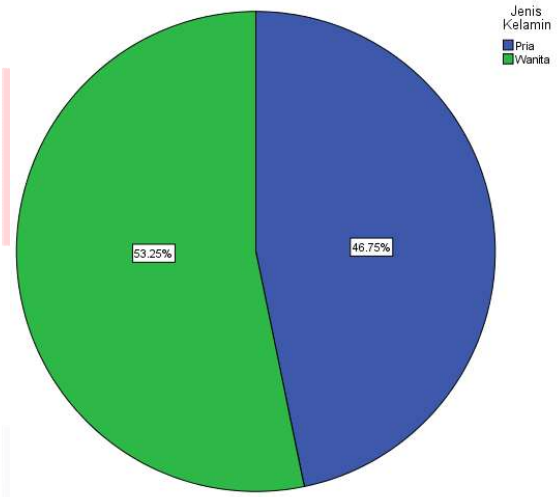
Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji Hipotesis

Uji signifikansi korelasi dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel efektivitas pesan dan kebutuhan informasi audiens yang diperoleh melalui uji korelasi Spearman Rank memiliki makna secara statistik. Pengujian signifikansi ini dilakukan dengan memperhatikan nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) yang dihasilkan dari pengolahan data menggunakan perangkat lunak statistik SPSS.

III.HASIL DAN PEMBAHASAN

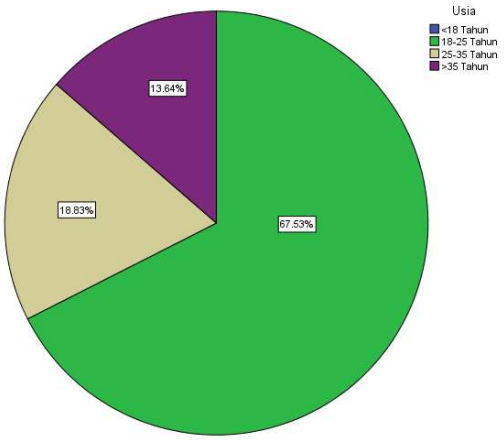
Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin



Gambar 2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan diagram pada Tabel 4.1 responden penelitian ini didominasi oleh perempuan sebanyak 82 orang dengan persentase sebesar 53,25%. Sementara itu, responden laki-laki sebanyak 72 orang dengan persentase berjumlah 46,75% dari total keseluruhan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pada karakteristik jenis kelamin, partisipasi responden lebih banyak berasal dari perempuan (52,25%) dibandingkan laki-laki (46,75).

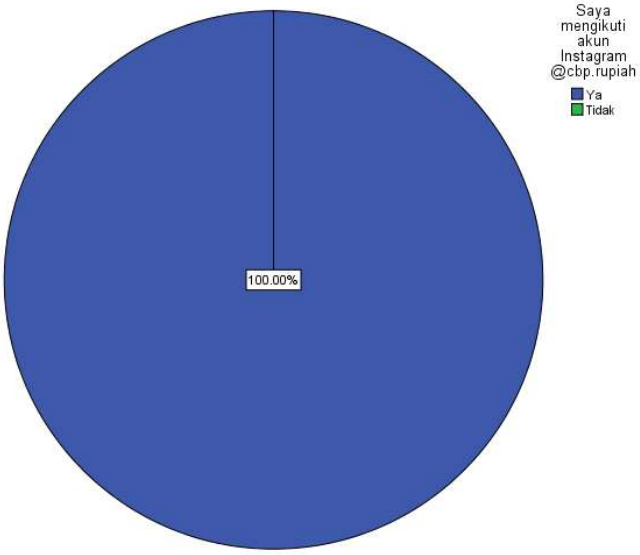
Karakteristik Berdasarkan Usia



Gambar 3

Berdasarkan hasil tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa karakteristik responden dalam penelitian ini didominasi oleh individu dengan rentang usia 18–25 tahun.

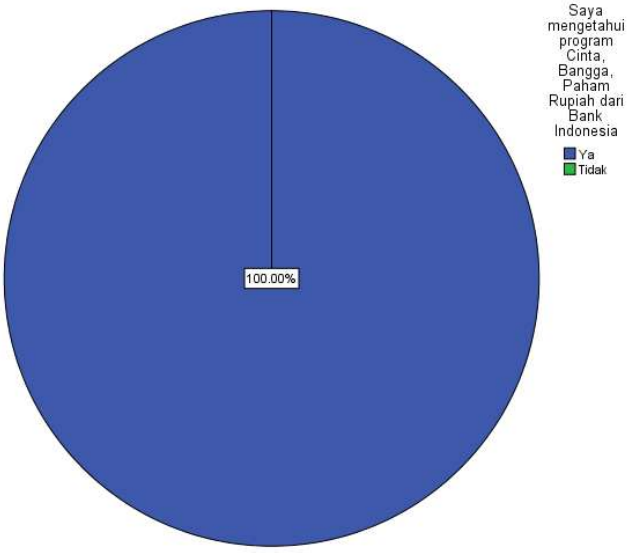
Karakteristik Berdasarkan Mengikuti Instagram



Gambar 4

Berdasarkan diagram yang disajikan, seluruh responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini telah mengikuti akun Instagram *@cbp.rupiah*

Karakteristik Berdasarkan Mengetahui Program CBP Rupiah



Gambar 5

Berdasarkan diagram hasil pengolahan data responden mengenai pengetahuan terhadap program CBP Rupiah, diketahui bahwa seluruh responden dalam penelitian ini telah mengikuti akun Instagram @cbp.rupiah

Analisis Deskriptif Efektivitas Pesan dan Kebutuhan Informasi

Efektivitas Pesan (Model SoMe) mencakup 4 dimensi, yakni *Search, Optimize, Manage,* dan *Engage*, yang diukur melalui 16 pernyataan. Sementara itu, variabel Kebutuhan Informasi terdiri dari 4 dimensi, yaitu *Current Need, Everyday Need, Exhaustive Need, Catching-Up Need* yang direpresentasikan melalui 14 pernyataan.

Tabel 7 Kriteria Interpretasi Skor

Skala	Presentase	Kategori Penilaian
1	18,75% - 43,75%	Sangat Rendah
2	43,75% - 62,50%	Rendah
3	62,50% - 81,25%	Tinggi
4	81,25% - 100%	Sangat Tinggi

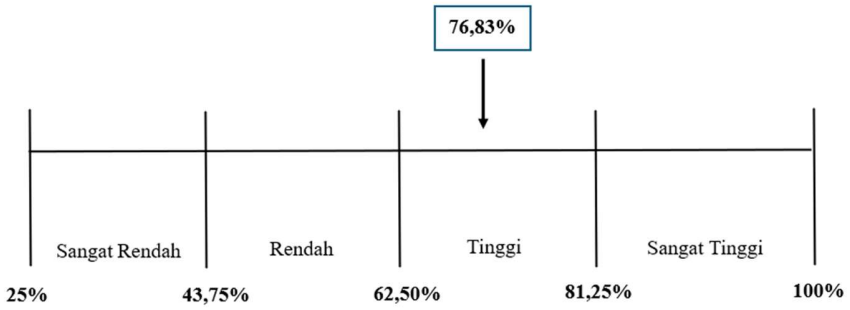
Dimensi Efektivitas Pesan (Search)

Tabel 8 Item Dimensi Efektivitas Pesan (*Search*)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Kategori
		STS	TS	S	SS				
1	Konten @cbp.rupiah mudah saya bagikan kepada orang lain	65	57	14	18	154	477	616	Tinggi
		42.2%	37%	9.1%	11.7%	100%	74.53%	100%	
2	Saya merasa konten akun ini layak untuk dibagikan karena informatif	63	59	13	19	154	474	616	Tinggi
		40.9%	38.3%	8.4%	12.3%	100%	76,95%	100%	
3		60	62	21	11	154	479	616	Tinggi

	Konten @cbp.rupiah relevan sehingga mendorong saya ingin membagikannya	39%	40.3%	13.6%	7.1%	100%	77,76%	100%	
4	Pesan yang disampaikan akun @cbp.rupiah mampu menarik minat orang lain untuk ikut melihatnya	54	68	11	21	154	463	616	Tinggi
		35.1%	44.2%	7.1%	13.6%	100%	75,16%.	100%	
Skor Total							1893	2.464	Tinggi
Rata-Rata Dimensi Efektivitas Pesan (Search)							76,83%	100%	

Tabel 9 Garis Kontinum Indikator Search



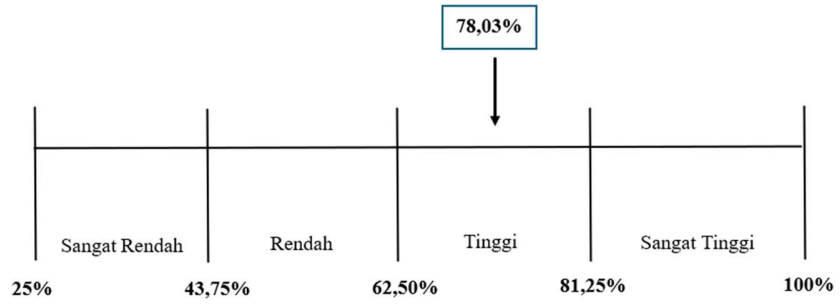
Diketahui bahwa nilai persentase sebesar 76,83% berada dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai efektivitas pesan pada dimensi Engagement akun Instagram @cbp.rupiah berada pada tingkat yang tinggi.

Dimensi Efektivitas Pesan (Optimize)

Tabel 10 Item Dimensi Efektivitas Pesan (Optimize)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Kategori
		STS	TS	S	SS				
5	Konten @cbp.rupiah menggunakan visual yang jelas dan menarik	70	52	15	17	154	483	616	Tinggi
		45.5%	33.8%	9.7%	11%	100%	78,41%.	100%	
6	Bahasa yang digunakan pada konten akun ini mudah saya pahami	69	53	15	17	154	482	616	Tinggi
		44.8%	34.4%	9.7%	11%	100%	78,25%.	100%	
7	Penggunaan desain, warna, dan layout kontennya membantu saya memahami pesan dengan baik	63	59	16	16	154	477	616	Tinggi
		40.9%	38.3%	10.4%	10.4%	100%	77,44%	100%	
Skor Total							1442	1848	Tinggi
Rata-Rata Dimensi Efektivitas Pesan (Optimize)							78,03%.	100%	

Tabel 11 Garis Kontinum Indikator Optimize



Diketahui bahwa nilai persentase sebesar 78,03% berada dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai efektivitas pesan pada dimensi Optimize akun Instagram @cbp.rupiah berada pada tingkat yang tinggi.

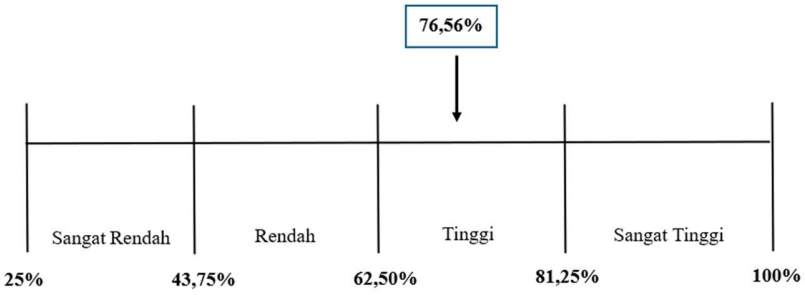
Dimensi Efektivitas Pesan (Manage)

Tabel 12 Item Dimensi Efektivitas Pesan (Manage)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Kategori
		STS	TS	S	SS				
8	Konten @cbp.rupiah tersaji secara konsisten dan membantu saya mengenali identitas program CBP Rupiah	63	59	13	19	154	474	616	Tinggi
		40.9%	38.3%	8.4%	12.3%	100%	76,95%	100%	
9	Akun @cbp.rupiah di-update secara teratur dan konsisten	56	66	17	15	154	471	616	Tinggi
		36.4%	42.9%	11%	9.7%	100%	76,46%	100%	

10	Informasi yang disampaikan selalu sesuai dengan tujuan edukasi CBP Rupiah	62	60	15	17	154	475	616	Tinggi
		40.3%	39%	9.7%	11%	100%	77,11%	100%	
11	Pengelolaan konten akun ini membuat saya mudah menemukan informasi yang saya butuhkan	63	59	11	21	154	471	616	Tinggi
		40.9%	38.3%	7.1%	13.6%	100%	76,46%	100%	
12	Akun @cbp.rupiah dikelola secara profesional dan terpercaya	56	66	13	19	154	467	616	Tinggi
		36.4%	42.9%	8.4%	12.3%	100%	75,81%	100%	
Skor Total							2358	3080	Tinggi
Rata-Rata Dimensi Efektivitas Pesan (Manage)							76,56%	100%	

Tabel 13 Garis Kontinum Indikator Manage



Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh persentase sebesar 76,56% yang termasuk dalam kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa responden menilai efektivitas pesan pada dimensi Manage berada pada tingkat yang baik.

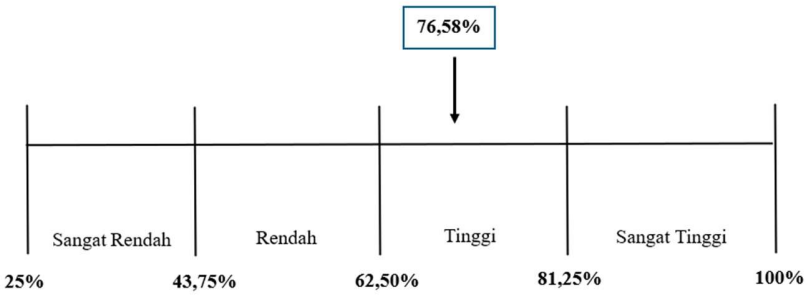
Dimensi Efektivitas Pesan (Engage)

Tabel 14 Item Dimensi Efektivitas Pesan (Engage)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Kategori
		STS	TS	S	SS				
13	Konten akun @cbp.rupiah membuat saya tertarik untuk terus mengikuti akun ini.	52	70	16	16	154	466	616	Tinggi
		33.8%	45.5%	10.4	10.4	100%	75,65%	100%	
14	Saya merasa terdorong untuk berinteraksi dengan konten, seperti memberi suka, komentar, atau membagikan	62	60	12	20	154	472	616	Tinggi
		40.3%	39%	7.8%	13%	100%	76,62%	100%	
15	Konten akun ini meningkatkan rasa bangga saya terhadap rupiah	64	58	13	19	154	475	616	Tinggi
		41.6%	37.7%	8.4%	12.3%	100%	77,11%	100%	
16	Pesan yang disampaikan	62	60	14	18	154	474	616	Tinggi
		40.3%	39%	9.1%	11.7%	100%	76,95%	100%	

	akun @cbp.rupiah mendorong saya untuk mendukung program CBP Rupiah								
Skor Total							1887	2464	Tinggi
Rata-Rata Dimensi Efektivitas Pesan (Engage)							76,58%	100%	

Tabel 15 Garis Kontinum Indikator Engage



Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh persentase sebesar 76,58% yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa responden menilai efektivitas pesan pada dimensi yang diteliti berada pada tingkat yang baik.

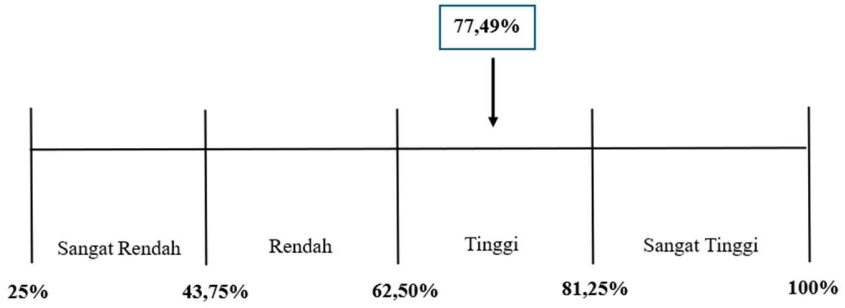
Dimensi Kebutuan Informasi (Current Need Approach)

Tabel 16 Item Dimensi Kebutuhan Informasi (Current Need Approach)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Kategori
		STS	TS	S	SS				
17	Akun	63	59	17	15	154	478	616	Tinggi
	@cbp.rupiah	40.9%	38.3%	11%	9.7%	100%	77,60%	100%	

	menyediakan informasi terkini terkait program CBP Rupiah								
18	Saya memperoleh informasi terbaru mengenai kebijakan Bank Indonesia dari akun ini	61	61	15	17	154	616	474	Tinggi
		39.6%	39.6%	9.7%	11%	100%	100%	76,95%	
19	Akun @cbp.rupiah membantu saya mengikuti isu-isu ekonomi yang sedang berkembang	69	54	11	20	154	616	480	Tinggi
		44.8%	35.1%	7.1%	13%	100%	100%	77,92%	
Skor Total							1432	1848	Tinggi
Rata-Rata Dimensi Kebutuan Informasi (Current Need Approach)							77,49%	100%	

Tabel 17 Garis Kontinum Indikator Current Need Approach



Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh persentase sebesar 77,49% yang termasuk dalam kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa responden menilai pemenuhan kebutuhan informasi pada dimensi current need approach berada pada tingkat yang baik.

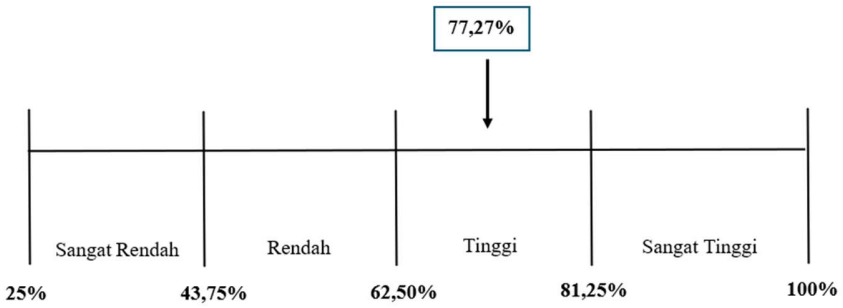
Dimensi Kebutuhan Infromasi (Everyday Need Approach)

Tabel 18 Item Dimensi Kebutuhan Informasi (Everyday Need Approach)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Kategori
		STS	TS	S	SS				
20	Informasi dari akun @cbp.rupiah bermanfaat untuk kehidupan sehari-hari saya.	76	47	12	19	154	488	616	Tinggi
		49.4%	30.5%	7.8%	12.3%	100%	79,22%	100%	
21	Saya sering menemukan konten akun ini dalam aktivitas	50	72	17	15	154	465	616	Tinggi
		32.5%	46.8%	11%	9.7%	100%	75,49%	100%	

	media sosial saya.								
22	Konten akun @cbp.rupiah membantu saya dalam memahami aktivitas finansial harian.	66	55	13	20	154	475	616	Tinggi
		42.9%	35.7%	8.4%	13%	100%	77,11%	100%	
Skor Total							1428	1848	Tinggi
Rata-Rata Dimensi Kebutuhan Infromasi (Everyday Need Approach)							77,27%	100%	

Tabel 19 Garis Kontinum Indikator Everyday Need Approach



Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh persentase sebesar 77,27% yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden menilai pemenuhan kebutuhan informasi pada dimensi everyday need approach berada pada tingkat yang baik.

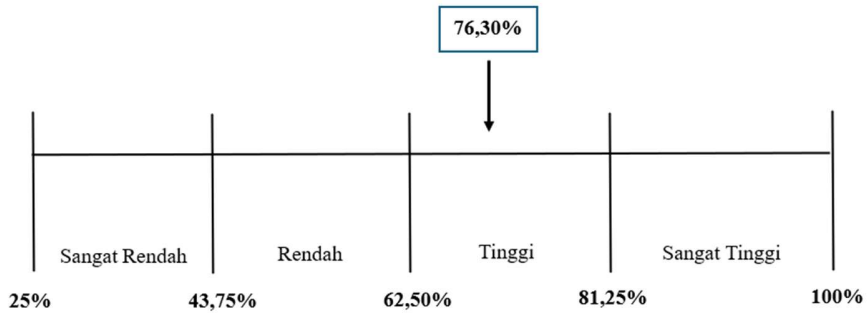
Dimensi Kebutuhan Informasi (Exhaustive Need Approach)

Tabel 20 Item Dimensi Kebutuhan Informasi (Exhaustive Need Approach)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban	Jumlah			Kategori

		STS	TS	S	SS		Skor Total	Skor Ideal	
23	Akun @cbp.rupiah menyediakan informasi yang lengkap dan mendalam.	55	65	21	13	154	470	616	Tinggi
		35.7%	42.2%	13.6%	8.4%	100%	76,30%	100%	
24	Konten yang ditampilkan memberikan pemahaman komprehensif tentang program CBP Rupiah.	58	62	17	17	154	469	616	Tinggi
		37.7%	40.3%	11%	11%	100%	76,14%	100%	
25	Penjelasan pada konten akun ini membantu saya memahami topik ekonomi secara lebih luas.	63	57	14	20	154	471	616	Tinggi
		40.9%	37%	9.1%	13%	100%	76,46%	100%	
Skor Total							1410	1848	Tinggi
Rata-Rata Dimensi Kebutuhan Informasi (Exhaustive Need Approach)							76,30%	100%	

Tabel 21 Garis Kontinum Indikator Exhaustive Need Approach



Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh persentase sebesar 76,30% yang termasuk dalam kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa responden menilai pemenuhan kebutuhan informasi pada dimensi exhaustive need approach berada pada tingkat yang baik.

Dimensi Kebutuhan Informasi (Cacthing-up Need Approach)

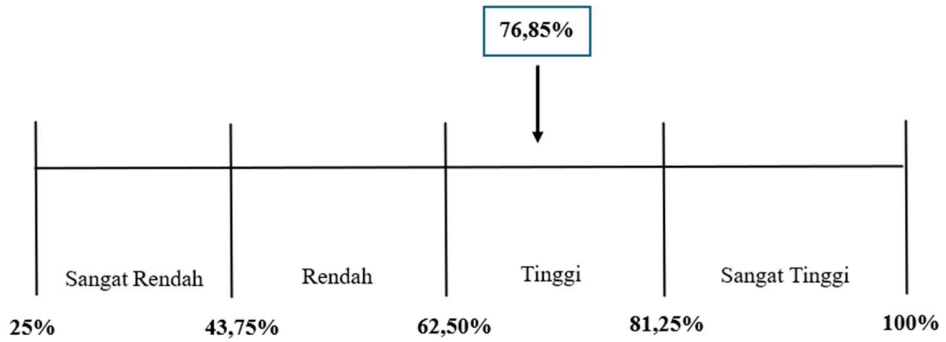
Tabel 22 Item Dimensi Kebutuhan Informasi (Cacthing-up Need Approach)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Kategori
		STS	TS	S	SS				
26	Akun @cbp.rupiah membantu saya mengetahui informasi terbaru tentang rupiah yang sebelumnya belum saya ketahui.	65	55	15	19	154	474	616	Tinggi
		42.2%	35.7%	9.7%	12.3%	100%	76,95%	100%	

27	Kontennya memudahkan saya memahami hal baru terkait edukasi dan kebijakan rupiah.	64	57	16	17	154	476	616	Tinggi
		41.6%	37%	10.4%	11%	100%	77,27%	100%	
28	Saya merasa tidak ketinggalan informasi penting mengenai rupiah berkat akun ini.	57	63	16	18	154	467	616	Tinggi
		37%	40.9%	10.4%	11.7%	100%	75,81%	100%	
29	Secara keseluruhan, akun @cbp.rupiah efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi saya.	62	58	18	16	154	474	616	Tinggi
		40.3%	37.7%	11.7%	10.4%	100%	76,95%	100%	
30	Saya berharap akun ini terus memberikan informasi yang bermanfaat	66	55	14	19	154	476	616	Tinggi
		42.9%	35.7%	9.1%	12.3%	100%	77,27%	100%	

	dan edukatif tentang rupiah.								
Skor Total							2367	3080	Tinggi
Rata-Rata Dimensi Kebutuhan Informasi (Cacthing-up Need Approach)							76,85%	100%	

Tabel 23 Garis Kontinum Indikator Cacthing-up Need Approach



Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh persentase sebesar 76,85% yang termasuk dalam kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa responden menilai pemenuhan kebutuhan informasi pada dimensi catching-up need approach berada pada tingkat yang baik.

Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur dan merepresentasikan kondisi yang sesungguhnya dari objek yang diteliti. Data dinyatakan valid apabila hasil pengukuran yang diperoleh sesuai dengan fakta empiris serta menggambarkan keadaan nyata pada objek penelitian.

Tabel 24 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y

Variabel	Dimensi	Item	$R_{hittung}$	R_{tabel}	Ket.
Efektivitas Pesan (X)	*Share*	1	0.804	0.159	Valid
		2	0.809		Valid
		3	0.773		Valid
		4	0.804		Valid
	Optimize	1	0.819		Valid

		2	0.988		Valid
		3	0.962		Valid
	Manage	1	0.827		Valid
		2	0.830		Valid
		3	0.813		Valid
		4	0.866		Valid
		5	0.835		Valid
	Engage	1	0.795		Valid
		2	0.812		Valid
		3	0.811		Valid
		4	0.816		Valid
Kebutuhan Informasi (Y)	*Current Need Approach*	1	0.763	0.159	Valid
		2	0.797		Valid
		3	0.825		Valid
	Everyday Need Approach	1	0.818		Valid
		2	0.764		Valid
		3	0.796		Valid
	Exhaustive Need Approach	1	0.808		Valid
		2	0.802		Valid
		3	0.729		Valid
	Cacthing-up Need Approach	1	0.840		Valid
		2	0.814		Valid
		3	0.824		Valid
		4	0.825		Valid
		5	0.815		Valid

Uji Reliabilitas

Tabel 25 Uji Realibilitas Variabel X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.978	16

Tabel 26 Uji Realibilitas Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.973	14

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel yang telah disajikan, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,978 pada variabel X (efektivitas pesan) dan 0,973 pada variabel Y (kebutuhan informasi). Nilai tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi karena berada di atas batas minimum 0,6

Hasil Uji Korelasi

Berdasarkan hasil uji korelasi non-parametrik menggunakan Spearman Rank Correlation, diperoleh nilai koefisien korelasi (ρ) sebesar 0,443 antara variabel Efektivitas Pesan (X) dan Kebutuhan Informasi Audiens (Y). Nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000 ($p < 0,01$) dengan jumlah responden sebanyak 154 orang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan secara statistik antara efektivitas pesan yang disampaikan melalui akun Instagram @cbp.rupiah dengan pemenuhan kebutuhan informasi audiens.

Hasil Uji Regresi Sederhana

a. Nilai konstanta adalah sebesar 0,147, sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila variabel Efektivitas Pesan Cinta Bangga Paham Rupiah pada akun Instagram @cbp.rupiah bernilai 0, maka Kebutuhan Informasi Audiens adalah sebesar 0,147. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa adanya efektivitas pesan yang disampaikan, kebutuhan informasi audiens tetap memiliki nilai dasar.
b. Koefisien regresi dari variabel Efektivitas Pesan Cinta Bangga Paham Rupiah adalah sebesar 0,953, sehingga setiap penambahan 1 satuan nilai efektivitas pesan (Variabel X), maka Kebutuhan Informasi Audiens (Variabel Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,953.
c. Koefisien regresi bernilai positif, sehingga pengaruh yang diberikan variabel Efektivitas Pesan Cinta Bangga Paham Rupiah (Variabel X) terhadap Kebutuhan Informasi Audiens (Variabel Y) adalah pengaruh positif.

Kesimpulan yang diperoleh adalah semakin tinggi efektivitas pesan Cinta Bangga Paham Rupiah yang disampaikan melalui akun Instagram @cbp.rupiah, maka semakin besar pengaruhnya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi audiens.

Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel X (Efektivitas Akun CBP Rupiah) terhadap variabel Y (Kebutuhan Informasi Audiens).

Uji Signifikansi Korelasi

Berdasarkan hasil uji signifikansi korelasi menggunakan metode Spearman Rank, diperoleh nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar 0,000 pada taraf signifikansi 0,05. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima.

Pembahasan Hasil Penelitian

Gambaran Umum Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas pesan Cinta, Bangga, Paham Rupiah yang disampaikan melalui akun Instagram @cbpt.rupiah memiliki keterkaitan dengan kebutuhan informasi audiens.

Pembahasan Hubungan Efektivitas Pesan dengan Kebutuhan Informasi

Hasil uji korelasi Spearman Rank menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,443 yang menanadakan adanya hubungan positif antara efektivitas pesan Cinta, Bangga, Paham Rupiah dengan kebutuhan informasi audiens.

Pembahasan Signifikansi dan Kekuatan Hubungan

Nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 menunjukkan bahwa hubungan antara efektivitas pesan dna kebutuhan informasi audiens bersifat signifikan secara statistik.

Implikasi Hasil Penelitian terhadap Komunikasi Digital Bank Indonesia

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Bank Indonesia melalui akun Instagram @cbp.rupiah telah berjalan dengan cukup efektif dalam menjangkau dan memnuhi kebutuhan informasi audiens. Hubungan yang berada pada kategori sedang menunjukkan bahwa pesan Cinta, Bangga, Paham Rupiah telah memiliki daya tarik dan relevansi,

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai hubungan efektivitas pesan Cinta, Bangga, Paham Rupiah pada akun Instagram @cbp.rupiah dengan kebutuhan informasi audiens, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut. Pertama, hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas pesan Cinta,Bangga, Paham Rupiah yang disampaikan melalui akun Instagram @cbp.rupiah memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan kebutuhan informasi audiens.

Saran Akademis

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi berkaitan dengan kebutuhan informasi audiens, seperti tingkat literasi keuangan, kepercayaan terhadap institusi, intensitas penggunaan media sosial, ataau keterlibatan audiens (engangement).

Saran Praktis

Bagi Bank Indonesia, khususnya Departemen Pengelolaan Uang, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dalam menyusun dan mengembangkan strategi komunikasi digital melalui akun Instagram @cbp.rupiah.

REFERENSI

Affandi, I., & Darmawan, C. (2021). Citizenship Education Challenges in Border Areas: A Case Study in Sebatik Island, Nunukan Regency, North Kalimantan Province. *1st International Conference Of Education, Social And Humanities (INCESH 2021)*, 472–476.

Alarcón, C. N., Sepúlveda, A. U., Valenzuela-Fernández, L., & Gil-Lafuente, J. (2018). Systematic Mapping on Social Media and Its Relation to Business. *European Research on Management and Business Economics*, *24*(2), 104–113.

Alsa, A. (2012). *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif serta Kombinasinya dalam Penelitian Psikologi: Suatu Uraian Singkat dan Contoh Berbagai Tipe Penelitian* (6th ed.). Pustaka Pelajar.

Anugrahwisesa, A., & Rina, N. (2019). Efektivitas Komunikasi Akun Twitter @HumasBDG terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Bandung. *EProceedings of Management*, *6*(3).

Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Metode Ilmiah Terkini*. Rineka Cipta. Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and

Scholarship. *Journal of Computer-mediated Communication*, *13*(1), 210–230.

Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford University Press.

Creswell, J. W. (2014). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Approaches*. Sage Publications.

Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.

Fitriani, Y. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi bagi Masyarakat. *Paradigma*, *19*(2), 148–152. https://doi.org/10.31294/p.v19i2.2120

Gibson, J. L., Donnely, J. H., & Ivancevich, J. M. (1996). *Manajemen* (9th ed.).

Penerbit Erlangga.

Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian*. Rajawali Press.

Irwan, G. (2018). *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelituan Bidang Ekonomi dan Sosial*. Penerbit Andi.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, *53*(1), 59–68.

Kharisma, D. B. (2021). Urgency of Financial Technology (Fintech) Laws in Indonesia. *International Journal of Law and Management*, *63*(3), 320–331.

Noveria, M. (2017). *Kedaulatan Indonesia di Wilayah Perbatasan: Perspektif Multidimensi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Nugraha, R. (2020). Kepastian Hukum Penggunaan Mata Uang Ringgit oleh Masyarakat di Daerah Perbatasan Indonesia-Malaysia. *Jurnal de Jure*, *12*(2).

Prayogo, G. (2018). Bitcoin, Regulation and the Importance of National Legal Reform.

Asian Journal of Law and Jurisprudence, *1*(1), 1–9.

Puspitadewi, I., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2016). Pemanfaatan “Twitter TMCPoldametro” dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, *4*(1), 21–28.

Redaksi OCBC NISP. (2022). *Bank Indonesia: Sejarah Berdiri, Fungsi, dan Tujuannya*. Ocbc.Id. https://www.ocbc.id/id/article/2022/01/03/bank-indonesia- adalah

Safriadi, S., Ardi, A., & Yusuf, A. M. (2021). The Value of the Ringgit and the Indonesian Rupiah in the Sale and Purchase Transactions of the Village Community Aji Yellow Sebatik Island Borders the Indonesian-Malaysian. *International Journal of Educational Research & Social Sciences*, *2*(2), 426–438.

Sarjono, H., & Julianita, W. (2015). *Structural Equation Modeling (SEM): Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Penelitian Bisnis*. Salema Empat.

Sholehah, N. P. (2022). *Strategi Komunikasi Humas BNN RI dalam Menyosialisasikan Program Indonesia Bersinar melalui Media Sosial Instagram di Masa Pandemi.* Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Steers, R. M. (1977). *Organizational Effectiveness: A Behavioral View*. Goodyear Publishing Company. https://books.google.co.id/books?id=cyRHAAAAMAAJ

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.