

# Opini Pengikut Instagram Terhadap Akun Instagram @Infolamongan Sebagai Media Informasi Kabupaten Lamongan

Ulul Albab<sup>1</sup>, Ainur Rochmaniah<sup>2\*</sup>

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Sidoarjo, Indonesia

\*Corresponding author, email: ainur@umsida.ac.id

## Riwayat Artikel

Received: 18 June 2025

Revised: 25 July 2025

Accepted: 29 July 2025

## Kata Kunci

Instagram

Media informasi

Opini

## Abstrak

Tujuan Penelitian ini adalah untuk menjelaskan opini pengikut Instagram terhadap akun Instagram @infolamongan sebagai media informasi kabupaten lamongan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 3.900 responden. Teknik samplingnya menggunakan Teknik random sampling. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa opini pengikut instagram terhadap akun instagram @infolamongan sebagai media informasi kabupaten lamongan termasuk kategori sangat baik. Dari hasil analisis deskriptif di dapatkan nilai rata-rata nilainya merata. opini dari keseluruhan responden memperlihatkan kecenderungan terhadap bentuk informasi yang responden terima dari akun Instagram @infolamongan adalah bentuk kebutuhan informasi Kognitif dan Afektif.

## 1. Pendahuluan

Opini adalah pendapat, ide, ekskresi priibadi terhadap perspektif" yang tidak obyektif dan tidak melalui verifikasi" (Li et al., 2023). Menurut Cutlip dan Center "Opini sejumlah adalah pendapat individual tentang status atau isu dalam pembicaraan secara terbuka dan berpengaruh terhadap sekelompok orang"(Ruliana & Dwiantari, 2015). Dengan demikian, opini terjadi atau terbentuk melalui suatu kegiatan debat pembicaraan atau pertukaran informasi antar individu yang berada dalam suatu kelompok. "Opini seseorang pada suatu hal yang menjadi penting dalam pengambilan keputusan."

Era digital menjadikan komunikasi memasuki babak baru. Teknologi baru yang semakin maju, internet menjadi semakin mudah diakses, aplikasi yang dapat diakses menjadi semakin banyak dan media sosial untuk berkomunikasi juga semakin beragam. Setiap orang dengan mengakses internet (Komputer, laptop, smartphone ataupun perangkat sejenisnya) bisa dengan mudah menggunakannya. Disebut sebagai *new wave technology*, karena merupakan sebuah teknologi yang menghubungkan antar individu dan kelompok. *New wave technology* didukung oleh perangkat informasi yang semakin canggih. Sehingga memunculkan gelombang revolusi teknologi baru. Kekuatan utama dari *new wave technology* ada pada perangkat informasi baru seperti komputer, handphone, serta akses internet murah. Seperti yang telah diungkapkan diatas, salah satu media yang disebut *new wave technology* ini adalah internet. Pintu yang dapat diakses menuju jagad raya konten dalam cyberspace (Yu et al., 2022; Zeqiri et al., 2020).

Salah satu produk layanan yang lahir berkat adanya akses internet adalah jejaring sosial. Jejaring sosial seakan memperkuat kedudukan internet sebagai new media komunikasi, dimana jarak seakan tidak lagi menjadi masalah, informasi dan pesan bisa tersampaikan secara global dalam waktu singkat. Dengan kata lain, masing-masing penemuan media baru diharapkan dapat memperluas beberapa kemampuan dan kecakapan manusia (Enterprise, 2012). Dewasa ini manusia lebih sering berkomunikasi melalui internet, karena memudahkan berinteraksi dan berkomunikasi dengan tanpa batas dan mendunia hanya dengan genggaman saja. Dengan kemudahan tersebut jutaan manusia dari seluruh belahan dunia berinteraksi menggunakan internet sehingga terbentuknya situs jejaring sosial. Pada awal kemunculannya, jejaring sosial merupakan sebuah layanan jaringan atau situs yang memfasilitasi jaringan sosial yang memiliki ketertarikan atau aktivitas yang sama. Sederhananya, perkembangan media baru (termasuk jejaring sosial) dapat ditunjukkan dengan munculnya masyarakat maya (virtual/cyber community) (Alim, 2018). Salah

satu dari sekian banyak media sosial itu adalah Instagram. Instagram merupakan sebuah aplikasi Microblogging yang mempunyai fungsi utama sebagai sarana mengunggah foto dan video secara instan.

Instagram di kembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang tergabung dalam perusahaan yang mereka kembangkan sendiri, Burbn.Inc. Sampai akhirnya diakuisisi oleh facebook pada tahun 2012. Awalnya di Indonesia kebanyakan orang menggunakan instagram hanya sebatas untuk mengisi waktu luang, berbagi momen diri, bersosialisasi dengan teman atau keluarga dan mencari teman baru. Kemampuan media sosial sebagai layanan bertukar pesan baik secara visual dan audiovisual antar penggunanya telah mengubah pola-pola interaksi individu dalam berkomunikasi. Dengan munculnya media baru, media tradisional seolah-olah mendapatkan pesaing baru dalam mendistribusikan berita. Jika selama ini institusi media sebagai lembaga yang mendominasi pemberitaan, kehadiran internet dan media social seakan telah mengalah fungsikan media komunikasi berupa media cetak dan televisi serta radio. Kehadiran Instagram kemudian dipandang sebagai media social dengan efek yang sangat luar biasa dan menjanjikan pemanfaatan media ini pun sangat berkembang, sebagai media hiburan, sebagai media jualan bahkan sebagai media branding yang cukup meyakinkan baik tujuan komersil maupun non komersil (Maani, 2019), (Sadewa et al., 2019). Tampilan akun instagram @Infolamongan pada Gambar 1 jika diakses lewat gadget smartphone android dengan tujuan untuk menginformasikan berita.



**Gambar 1. Tampilan Akun Instagram @Infolamongan**

Di kabupaten Lamongan sendiri ada beberapa akun Instagram media informasi beberapa di antaranya @lamongan.update dengan jumlah 28.389 followers, @lamonganpopuler dengan jumlah 23.567 followers, @insta\_lamongan dengan jumlah 18.679 followers dan @berita\_lamongan dengan jumlah 26.709 followers. Alasan peneliti meneliti akun instgram @infolamongan dikarenakan akun @Infolamongan adalah salah satu akun media Informasi yang ada di lamongan dengan jumlah follower terbanyak dari akun media informasi lainnya yaitu 39.000 follower dengan 2.391 postingan. Akun ini menjadi daya tarik tersendiri untuk diteliti karena akun ini memberikan informasi tentang info-info atau berita yang ada di kota Lamongan. Akun Instagram @Infolamongan adalah akun milik perorangan, dalam penyuguhkan berita akun ini tidak mencari berita sendiri, melainkan dari berita pengguna Instagram yang mengikuti akun ini..

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video, yang memungkinkan pengguna mengambil foto, video menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk Instagram sendiri. Kemudahan menggunakan aplikasi Instagram tidak hanya melalui komputer dan laptop namun bisa melalui handphone. Handphone relatif lebih praktis dibawa ke mana saja yang bisa digunakan membuka aplikasi Instagram. Dengan kemudahan itu maka pengguna Instagram bisa dapat memenuhi kebutuhan infomasi yang mencukupi terutama informasi tentang berita atau kegiatan-kegiatan yang dilakukan masyarakat saat ini. Melihat dari letak geografis kota Lamongan merupakan kota di mana banyak info-info yang bermanfaat bagi masyarakat. Maka tidak heran jika banyak media yang berlomba mempromosikannya. Salah satu media yang digunakan yaitu media sosial khususnya Instagram. Salah satu akun yang

mempromosikan atau menginformasikan info-info yang ada di kota Lamongan adalah akun Instagram @infolamongan.

Media informasi dapat disimpulkan sebagai alat untuk mengumpulkan serta menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi (Yap et al., 2022). Media informasi merupakan “alat-alat grafis, fotografis atau elektronis untuk menangkap, memproses, serta menyusun kembali informasi visual’ (Abbas et al., 2022; Tayebi et al., 2019). Media massa atau Pers adalah suatu istilah yang mulai digunakan pada tahun 1920-an untuk mengistilahkan jenis media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Dalam pembicaraan sehari-hari, istilah ini sering disingkat menjadi media. Informasi merupakan kumpulan data atau fakta yang diolah menjadi bentuk yang berguna bagi penerima informasi. Kegunaan informasi ini memberikan keterangan atau pengetahuan. Atau bisa juga sebagai bahan dalam membuat suatu keputusan (Jamshidi et al., 2023). Dengan ada banyak informasi, tingkat pengetahuan mengenai hal yang bersangkutan akan bertambah, dengan kata lain menurunkan ketidakpastian. Oleh sebab itu dengan adanya informasi, seseorang dapat mengetahui kondisi objektif masalah sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat, sesuai dengan gambaran kejadian yang diberikan informasi. Informasi sebagai data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan data tersebut (Jiang, 2022; Kim et al., 2014).

Opini berarti kesimpulan yang ada dalam pikiran dan belum dikeluarkan untuk bisa diperdebatkan. Suatu opini yang kira-kira sudah menetap adalah sentimen dan jika dipegang secara teguh kurang lebih adalah suatu keyakinan sedangkan pandangan adalah suatu opini yang agak diwarnai oleh kecenderungan (Ifadah & Rochmaniah, 2016). Berdasarkan permasalahan, peneliti mengambil tema penelitian Opini Pengikut Instagram Terhadap Akun Instgaram @Infolamongan Sebagai Media Informasi Kabupaten Lamongan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Opini Pengikut Instagram Terhadap Akun Instgaram @Infolamongan Sebagai Media Informasi Kabupaten Lamongan.

## 2. Metode

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif kuantitatif adalah metode yang hanya memberikan gambaran atau deskripsi tentang variabel dari sebuah fenomena yang diteliti. Variabel yang di teliti bisa satu, dua, tiga, atau lebih (Nurdin & Hartati, 2019). objek dalam penelitian ini yaitu akun Instagram @Infolamongan, di mana Akun Instagram @Infolamongan adalah salah satu akun media Informasi yang ada di lamongan dengan jumlah followers terbanyak dari akun media informasi lainnya yaitu 39.000 followers dengan 2.391 postingan. Penelitian ini menggunakan teknik random sampling. Random Sampling yaitu cara pengambilan sampel dari anggota populasi dengan menggunakan cara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi tersebut, artinya jumlah sampel sesuai dengan jumlah populasi dari follower akun instagram @infolamongan, kemudian dipilih secara acak menggunakan rumus Slovin. Jumlah sampel 100, yang terbagi secara acak berdasarkan jumlah populasi. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif, yaitu metode pengumpulan dan penyajian suatu gugus gdata sehingga, menaksir kualitas dan berupa jenis variabel, ringkasan statistik (mean, median, modus, standar deviasi, dan lainnya, distribusi dan representasi bergambar grafik), tanpa rumus probabilistic apapun.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1. Analisis Data dan Hasil Penelitian

Adapun hasil analisis data yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian kali ini dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut :

Berdasarkan uji validitas, dapat diketahui bahwa semua item yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r kritis (0,3). Berdasarkan uji validitas menggunakan SPSS, hasil uji validitas tersebut adalah valid. Hasil uji reliabilitas variabel instagram @infolamongan sebagai media informasi menunjukkan hasil yang reliabel karena nilai Alpha Cronbach'snya adalah 0,767.Dari data-data di atas menunjukkan

bahwa uji reliabilitas kedua variabel menunjukkan hasil yang reliabel, dan sesuai untuk digunakan sebagai penelitian lebih lanjut.

### 3.2. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai minimum, maksimum, rata-rata, median (nilai tengah) mode (nilai yang paling banyak muncul, standar deviasi. Untuk memberikan gambaran analisis deskriptif dalam penelitian ini dapat ditunjukkan pada Tabel 1 sebagai berikut:

**Tabel 1. Statistik Analisi Deskriptif**

No	Valid	
1	Mean	84,4400
2	Median	86,0000
3	Mode	88,00
4	Std. Deviation	7,121,34
5	Range	41,00
6	Minimum	55,00
7	Maximum	96,00

Berdasarkan tabel di atas selama periode penelitian dapat ditemukan, bahwa variabel opini pengikut Instagram @infolamongan dengan N atau jumlah data setiap variabel valid berjumlah 100,dengan demikian diperoleh nilai rata-rata sebesar 84,4400 dengan standar deviasi menunjukkan angka 7,12134 dengan selisih nilai atau range sebesar 41 data tersebut diperoleh dari 100 sampel opini pengikut instagram @infolamongan dengan menetapkan nilai minimumnya adalah 55 dan nilai maksimum 96, yang artinya nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah, maka dapat disimpulkan penyebaran nilainya merata.

### 3.3. Pembahasan

Penelitian ini berfokus pada opini followers terhadap akun Instagram @Infolamongan sebagai media Informasi. Penemuan dalam penelitian ini adalah, di mana Instagram @Infolamongan mampu memberikan informasi yang signifikan lewat media social, dimana dapat dilihat dari hasil perhitungan persentase jawaban dari kuesioner. Dari hasil perhitungan di tersebut, maka persentase dari variabel opini follower dan instagram @infolamongan sebagai media informasi termasuk dalam kategori sangat tinggi, yaitu variabel Opini follower sebesar 88,17% dan instagram @infolamongan sebagai media informasi sebesar 87,69%.

Berdasarkan hasil uji validitas, dapat diketahui bahwa semua item yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r kritis (0,3). Berdasarkan uji validitas menggunakan SPSS, hasil uji validitas tersebut adalah valid. Dari hasil uji realitas menunjukkan bahwa uji reliabilitas kedua variabel menunjukkan hasil yang reliabel, dan sesuai untuk digunakan sebagai penelitian lebih lanjut di mana, di mana Hasil uji reliabilitas variabel opini pengikut instagram akun instagram @infolamongan menjukkan hasil yang reliable karena nilai Alpha Cronbach'snya adalah 0,802, dan Hasil uji reliabilitas variabel instagram @infolamongan sebagai media informasi menunjukkan hasil yang reliabel karena nilai Alpha Cronbach'snya adalah 0,767. Berdasarkan hasil analisis deskriptif didapatkan nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah, maka dapat disimpulkan penyebaran nilainya merata. Dari hasil persentase jawaban responden Sebagian besar pengikut akun @infolamongan termasuk dalam kategori cukup dalam memberikan respon terhadap pertanyaan – pertanyaan yang diberikan.

Selanjutnya, keseluruhan responden yang telah memberikan opini, didapatkan bahwa secara keseluruhan dilihat dari berbagai macam tindakan dalam beropini menghasilkan kecenderungan terhadap mengungkapkan penilaian dari pada kepercayaan maupun harapan. Selanjutnya opini yang dibangun oleh responden dalam penelitian ini mengarah pada jenis opini individual, karena sesuai dengan makna dari istilah yang dikandungnya. Dalam hal ini dibuktikan bahwa responden tidak beropini sama, namun masing-masing responden beropini sama dengan alasan yang berbeda sesuai

dengan bentuk kebutuhan dan ketertarikan responden terhadap Instagram. Bentuk kebutuhan informasi terbagi menjadi tiga macam yaitu kebutuhan Kognitif, Afektif, dan kebutuhan integrasi Personal. Dalam hal ini, opini dari keseluruhan responden memperlihatkan kecenderungan terhadap bentuk informasi yang responden terima dari akun Instagram @infolamongan adalah bentuk kebutuhan informasi Kognitif dan Afektif

#### 4. Kesimpulan

Simpulan dari hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini adalah opini pengikut instagram terhadap akun instagram @infolamongan sebagai media informasi kabupaten Lamongan termasuk kategori sangat baik, hal ini terlihat dari persentase setiap variabel yang menunjukkan bahwa variabel opini pengikut instagram sebesar 88,17% yang termasuk kategori sangat baik/tinggi, dan variabel instagram @infolamongan sebagai media informasi memiliki nilai persentase sebesar 87,69%. Dari hasil analisis deskriptif di dapatkan nilai rata-rata nilainya merata. Dalam penelitian ini, opini dari keseluruhan responden memperlihatkan kecenderungan terhadap bentuk informasi yang responden terima dari akun Instagram @infolamongan adalah bentuk kebutuhan informasi Kognitif dan juga dituliskan hal-hal yang akan/perlu dilakukan terkait dengan gagasan selanjutnya dari penelitian tersebut.

#### Referensi

- Abbas, A. F., Jusoh, A., Mas'od, A., Alsharif, A. H., & Ali, J. (2022). Bibliometric analysis of information sharing in social media. In *Cogent Business and Management* (Vol. 9, Issue 1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.2016556>
- Alim, M. (2018). *Bunga Rampai Media Sosial*. Spansi Media.
- Enterprise, J. (2012). *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. Anggota IKAPI.
- Ifadah, Z., & Rochmaniah, A. (2016). Opini Mahasiswa Terhadap Website Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Sebagai Media Informasi. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2). <https://doi.org/10.21070/kanal.v2i2.296>
- Jamshidi, D., Rousta, A., & Shafei, R. (2023). Social media destination information features and destination loyalty: does perceived coolness and memorable tourism experiences matter? *Current Issues in Tourism*, 26(3). <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.2019204>
- Jiang, S. (2022). The Roles of Worry, Social Media Information Overload, and Social Media Fatigue in Hindering Health Fact-Checking. *Social Media and Society*, 8(3). <https://doi.org/10.1177/20563051221113070>
- Kim, K. S., Joanna Sin, S. C., & Yoo-Lee, E. Y. (2014). Undergraduates' use of social media as information sources. In *College and Research Libraries* (Vol. 75, Issue 4). <https://doi.org/10.5860/crl.75.4.442>
- Li, W., Guo, C., Deng, Z., Liu, F., Wang, J., Guo, R., Wang, C., & Jin, Q. (2023). Coevolution modeling of group behavior and opinion based on public opinion perception. *Knowledge-Based Systems*, 270, 110547. <https://doi.org/10.1016/j.knosys.2023.110547>
- Maani, H. (2019). Penggunaan Media Sosial "Instagram" Jeje Radio Dalam Meningkatkan Kepuasan Pendengar. *Commercium*, 1(2).
- Nurdin, I., & Hartati, D. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia.
- Ruliana, P., & Dwiantari, R. (2015). Strategi Public Relations Hotel dalam Membentuk Citra Objek Wisata. *Jurnal ASPIKOM*, 2(4). <https://doi.org/10.24329/aspikom.v2i4.76>
- Sadewa, R., Puspitosari, R., & Kom, M. I. (2019). Instagram @Indonesiatraveler Sebagai Media Informasi tentang Pariwisata Indonesia (Studi Kasus pada Komunitas Pecinta Alam Ankopala Kebon Kopi Tangerang Selatan). *Naskah Publikasi Unieristas Budi Luhur*, 1(1), 1–6.
- Tayebi, S. M., Manesh, S. R., Khalili, M., & Sadi-Nezhad, S. (2019). The role of information systems in communication through social media. *International Journal of Data and Network Science*, 3(3). <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2019.2.002>
- Yap, C. S., Keling, W., & Abdullah, S. K. (2022). Use of social media for information seeking and sharing during floods in rural Sarawak. *International Journal of Emergency Services*. <https://doi.org/10.1108/IJES-07-2020-0042>
- Yu, J., Liu, X., Manago, G., Tanabe, T., Osanai, S., & Okubo, K. (2022). New Terahertz Wave Sorting Technology to Improve Plastic Containers and Packaging Waste Recycling in Japan. *Recycling*, 7(5). <https://doi.org/10.3390/recycling7050066>
- Zeqiri, A., Dahmani, M., & Youssef, A. (2020). Digitalization of the tourism industry: What are the impacts of the new wave of technologies. *Balkan Economic Review*, 2.