

**PENGARUH KONSISTENSI KONTEN BERITA MELALUI MEDIA INSTAGRAM
TERHADAP TINGKAT PENGETAHUAN PENGGUNA
(Survey Pada Followers @Metrotv Indonesia)**

¹Velantin Valiant

Fikom Universitas Persada Indonesia YAI, Jakarta

Email : velantin.valiant@gmail.com

ABSTRAK

Kemajuan teknologi digital membuka jalan perkembangan industri media karena membentuk informasi menjadi lebih variatif, seperti gambar, video, suara, teks dan lebih interaktif. Kemunculan internet membuat perubahan dunia jurnalistik, media hanya dapat bertahan melalui konvergensi. Saluran yang digunakan industri media untuk konvergensi adalah media sosial, salah satunya Instagram. Instagram menjadi salah satu sumber pengetahuan terkait isu-isu berita yang mudah disebar melalui konsistensi penyajian informasi pada postingan. Akun Instagram @Metrotv Indonesia merupakan salah satu akun berita yang selalu menyajikan informasi berita. Dalam penelitian ini menggunakan teori Uses and Gratification, dengan variabel independent konsistensi konten dan variabel dependent Tingkat pengetahuan pengguna. Paradigma dalam penelitian ini Positivisme, pendekatan penelitian kuantitatif, sifat penelitian eksplanatif dan metode penelitian survey. Hasil yang diperoleh dari uji korelasi sebesar 0,694 dengan Tingkat korelasi kuat dan uji hipotesis H_a diterima dan H_o ditolak yang artinya terdapat pengaruh antara konsistensi penyajian informasi berita terhadap Tingkat pengetahuan pengguna.

Keyword: Konsistensi Konten, Berita, Media Instagram, Tingkat Pengetahuan, Pengguna

PENDAHULUAN

Sebelum era digital muncul, media cetak, cakram padat dan kaset termasuk media analog sangat penting untuk menyebarkan informasi. Adanya kemajuan teknologi digital membuka jalan perkembangan industri media karena dapat membentuk informasi menjadi lebih variatif seperti gambar, video, suara, teks dan lebih interaktif.

Awalnya, internet adalah fasilitas terbatas bagi kalangan akademis dan

pemerintah, namun Era 1990 menjadi awal digitalisasi, Indonesia mengalami perkembangan transformasi dengan melakukan proses adopsi teknologi melalui pembangunan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi (TIK) memadai. Ekspansi internet dalam layanan publik adalah inovasi infrastruktur. Semakin lama, penggunaan internet menyebar dapat menggunakan internet, (Patria *et al.*, 2024:5-6). Menurut Handayani (Tobing (2019:66)), internet bagaikan perpustakaan

raksasa karena seluruh kalangan dari berbagai daerah dan negara dapat mengaksesnya dengan biaya terjangkau. Kemunculan internet membuat perubahan dunia jurnalistik, media hanya dapat mempertahankan eksistensi dengan melakukan konvergensi (Syerlina *et al.*, 2024:379-380).

Menurut Henry Jenkins, konvergensi adalah cara media bersirkulasi dalam budaya yang menggambarkan perubahan sosial, industri, teknologi dan budaya. Platform dan saluran media saling terintegrasi menjadi konvergensi media. Konvergensi media membuat konten tidak terbatas pada televisi, radio atau media lain tapi distribusinya dapat dilakukan melalui berbagai saluran sehingga pelanggan dapat mengakses konten dengan bermacam perangkat. Hal ini membuat industri media harus beradaptasi agar tetap kompetitif menghadapi dunia dinamis. Salah satu saluran yang digunakan industri media untuk konvergensi adalah media sosial (Syerlina *et al.*, 2024:382a).

Menurut Remaja Millennial Riduan, Media sosial adalah sistem daring yang membuat pengguna dapat berbagi, ikut serta dan menghasilkan konten seperti forum, jejaring sosial, blog, wiki atau dunia virtual (Azvandara & Kusnadi, 2024:303).

Tidak dapat dipungkiri kesempatan ini digunakan industri media untuk memperluas penyebaran konten berita dan informasi melalui Instagram. Hal ini yang membuat Instagram menjadi salah satu media penyebaran informasi dengan variasi bentuk yaitu postingan *in-feed* (foto) dan *reels* (video).

Menurut Permana (2024:53), Instagram Reels adalah fitur teknologi media sosial dapat menyebarkan informasi video singkat berdurasi 90 detik. Berbagai iringan musik, stiker, filter teks dan beragam konten lain dapat ditambahkan atau diedit langsung di Instagram. berdurasi pendek yaitu 90 detik atau lebih (dengan pengaturan lebih lanjut di aplikasi Instagram. Media sosial Instagram menjadi salah satu sumber pengetahuan terkait isu-isu berita yang mudah disebar melalui faktor visualisasi bentuk informasi dan konsistensi penyajian informasi pada postingan. Akun Instagram @Metrotv Indonesia merupakan salah satu akun berita yang selalu menyajikan informasi berita.

Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah: Seberapa besar pengaruh Konsistensi Penyajian Informasi Berita melalui Media Sosial Instagram terhadap Tingkat Pengetahuan Pengguna? (Survey Pada Followers @Metrotv

Indonesia).

TINJAUAN PUSTAKA

Teori dalam penelitian ini menggunakan Uses and Gratification merupakan teori yang mengukur tingkat kepuasan penggunaan media sehingga audiens secara aktif dapat memilih media yang berguna (*uses*) untuk mendapatkan kepuasan (*gratification*) sesuai dengan yang diinginkan. Terdapat tiga komponen penggunaan Teori Uses and Gratification yaitu:

- a. Kognitif, Kebutuhan terkait perolehan pengetahuan, informasi dan pemahaman mengenai lingkungan dan alam. Contohnya mencari informasi dengan menggunakan internet.
- b. Afektif, Kebutuhan terkait perolehan pengalaman yang menyenangkan, estetis dan memenuhi kebutuhan emosional.
- c. Sosial, Kebutuhan terkait interaksi dan komunikasi bersama keluarga, teman dan dunia dengan memanfaatkan sosial media.

Teori Uses and Gratification menyediakan dasar pemahaman cara individu memilih media tertentu berdasarkan preferensi untuk memenuhi kebutuhannya. Teori ini juga relevan

digunakan karena perkembangan teknologi mendorong munculnya beragam media yang memudahkan pekerjaan manusia sehingga pengguna dapat memilih media berdasarkan kegunaan dan kepuasannya sesuai kebutuhan. Dalam konteks penelitian ini, Teori Uses and Gratification membantu untuk menjelaskan konsistensi penyajian informasi berita dapat mempengaruhi tingkat pengetahuan pengguna.

Konsistensi Penyajian Informasi

Menurut Hafid & Fahrullah (2023:40), konsistensi adalah prinsip utama aturan dalam proses kognitif dan perubahan sikap yang dapat dihasilkan dari informasi yang mengacaukan keseimbangan. Hal ini menjadi salah satu peran penting agar dapat menarik perhatian masyarakat untuk terus mengikuti perkembangan informasi yang dibuat. Membuat konten secara konsisten bukanlah perkara hal yang mudah, mengingat banyak pesaing yang mulai mengikuti gaya pembuatan konten yang hampir sama.

Menurut Quach (dalam Azizah *et al.*, 2024:1658), konsistensi konten media sosial penting bagi pemahaman konsumen terhadap informasi dan fitur yang disediakan. Konsistensi konten mengacu keseragaman properti informasi di berbagai

media. Konsistensi konten merupakan atribut lain yang membantu pelanggan menyerap informasi baru. Pengguna media sosial sering kali berlangganan akun tertentu untuk menerima pembaruan secara berkala. Pembuatan konten memakan waktu dan memproduksi materi baru secara rutin adalah hal yang sulit, kombinasi jenis konten seperti video, cerita dan gambar, disediakan setiap hari. Perusahaan harus mempertimbangkan hal ini ketika mengembangkan strategi konten mereka.

Menurut Becker & Gijsenberg (2023:130), dimensi konsistensi dalam konten:

1. Dukungan komunikasi jangka Panjang, menciptakan dan memperkuat citra yang unik dan mudah diingat konsumen karena memperkuat koneksi yang ada antara perusahaan dengan memperkuat simpul brand dan asosiasi ingatan konsumen.
2. Pengulangan memperkuat ingatan yaitu koneksi yang kuat antara pesan dan brand dapat membantu audiens mengingat dan cepat mengenali terkait informasi.
3. Mengaktifkan pengetahuan yaitu konsistensi memudahkan audiens mengingat informasi yang sudah

diketahui (*recall*).

Tingkat Pengetahuan Pengguna

Pengetahuan merupakan hasil dari tahu dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui pancaindera manusia, yakni indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba (Notoatmodjo dalam Alini, 2021:18). Menurut Notoatmodjo, pengetahuan yang tercakup dalam domain kognitif mempunyai 6 tingkat pengetahuan yaitu:

1. Tahu (*Know*), Tahu diartikan mengingat materi yang dipelajari sebelumnya. Termasuk ke dalam pengetahuan tingkat ini mengingat kembali (*recall*) suatu yang spesifik dari seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang telah diterima.
2. Memahami (*Comprehension*), kemampuan menjelaskan secara benar objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi secara benar. Orang yang telah paham terhadap objek atau materi harus dapat menjelaskan, menyebutkan contoh, menyimpulkan, meramalkan dan sebagainya terhadap objek yang dipelajari.
3. Aplikasi (*Application*), kemampuan

menggunakan materi yang dipelajari pada situasi kondisi *real*. Aplikasi di sini diartikan aplikasi atau penggunaan hukum-hukum, rumus, metode, prinsip dalam konteks atau situasi yang lain.

4. Analisis (*Analysis*), kemampuan menjabarkan materi ke dalam komponen, tetapi masih dalam struktur organisasi dan masih ada kaitannya satu sama lain. Kemampuan analisis ini dapat dilihat dari penggunaan kata-kata kerja; dapat menggambarkan, membedakan, memisahkan, mengelompokkan dan sebagainya.
5. Sintesis (*Synthesis*), kemampuan meletakkan atau menghubungkan bagian dalam bentuk keseluruhan yang baru. sintesis suatu kemampuan untuk menyusun formulasi baru dari formulasi-formulasi yang ada.
6. Evaluasi (*Evaluation*), kemampuan melakukan penilaian terhadap materi atau objek. Penilaian-penilaian ini berdasarkan kriteria yang ditentukan sendiri atau menggunakan kriteria-kriteria yang telah ada.

METODOLOGI PENELITIAN

Paradigma dalam penelitian ini menggunakan paradigma positivisme, Positivisme menggambarkan sifat "ideologis" karena menganggap metodologi ilmiah sebagai satu-satunya bentuk pengetahuan yang mungkin tentang "kenyataan dan kebenaran" (Darwati, Lilis 2022). dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, sifat penelitian menggunakan eksplanatif dan metode penelitian menggunakan metode survey.

Populasi dalam penelitian ini adalah Followers @Metrotv Indonesia sebanyak 2.000.000 per tanggal 6 Maret 2025 dengan menggunakan rumus Sampel Yamane didapatkan jumlah sampel sebesar 100 orang responden dengan menggunakan teknik probability sampling secara simple random sampling. Adapun teknik analisis data menggunakan Uji Korelasi, uji Regresi dan Uji hipotesis. Adapun uji coba dilakukan kepada 30 orang responden uji coba dengan hasil sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji Validitas untuk pretest disebarkan kepada 30 responden. Hasil dinyatakan valid jika R hitung lebih besar dari R tabel. R tabel dari 30 responden adalah 0,361.

Untuk variabel X: Konsistensi Konten dari 3 (tiga) dimensi dalam variabel ini terdapat 10 butir pertanyaan kuesioner

yang diberikan kepada responden pada saat pretest secara keseluruhan valid karena nilai hitung (Corrected Item-Total Correlation) > rtabel dengan signifikansi 5% dengan $n = 30$ diperoleh $r\text{-tabel} = 0.361$. Dapat dilanjutkan ke penelitian terhadap 100 responden penelitian.

Untuk variabel Y: Tingkat Pengetahuan Pengguna, dari 6 (enam) dimensi dalam variabel ini terdapat 12 butir pertanyaan kuesioner yang diberikan kepada responden pada saat pretest secara keseluruhan valid karena nilai hitung (Corrected Item-Total Correlation) > rtabel dengan signifikansi 5% dengan $n = 30$ diperoleh $r\text{-tabel} = 0.361$. Dapat dilanjutkan ke penelitian terhadap 100 responden penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Berikut hasil pengujian reabilitas untuk variabel X: Konsistensi Konten terhadap Tingkat Pengetahuan Pengguna, diperoleh hasil perhitungan uji reliabilitas untuk variabel X: Konsistensi Konten, diperoleh koefisien reabilitas Cronbach Alpha sebesar 0,802

Dengan hasil tersebut, maka dapat dikatakan bahwa variabel tersebut adalah reliabel karena memberikan nilai Cronbach Alpha (α) > 0,60. Berdasarkan hasil

perhitungan uji reliabilitas untuk variabel Y: Tingkat Pengetahuan Pengguna, diperoleh koefisien reabilitas Cronbach Alpha sebesar 0,739. Dengan hasil tersebut, maka dapat dikatakan bahwa variabel tersebut adalah reliabel karena memberikan nilai Cronbach Alpha (α) > 0,60.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Korelasi

Terdapat hubungan antara variabel X dan Y, hal ini dapat dilihat dari nilai Sig yang menunjukkan nilai 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hubungan antara 2 variabel tersebut adalah hubungan yang positif, yang artinya apabila peningkatan pada variabel Konsistensi Konten maka Tingkat Pengetahuan Pengguna juga akan mengalami peningkatan. Nilai koefisien korelasi *PearsonCorrelation* sebesar 0,694. Tingkat hubungan antara kedua variabel termasuk dalam korelasi kuat, karena hasil yang diperoleh berada dalam interval 0,60-0,899 dengan tingkat hubungan kuat.

Uji Regresi

Adapun persamaan regresi dalam penelitian ini antara lain:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 2,560 + 0,369X$$

Hasil yang diperoleh bahwa untuk variabel X: Konsisten Konten dianggap

konstan, maka nilai variabel Y: Tingkat Pengetahuan Pengguna sebesar 2,560 satuan. Apabila nilai Konsisten Konten meningkat satu- satuan adalah konstan, maka nilai Tingkat Pengetahuan Pengguna akan meningkat 0,369 satuan.

Uji T

Untuk mengetahui tingkat hubungan dalam penelitian ini dan signifikansi hubungan antar variabel. Pengujian dilakukan menggunakan uji T. Jika nilai signifikansi (P-value) $r < 0,05$, maka hipotesis alternatif diterima, berarti variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara bersamaan terhadap variabel dependen Nilai t hitung pada variabel X:Konsisten Konten, didapatkan nilai sebesar 2,468 dan nilai sig 0,000.

Berdasarkan nilai yang diperoleh dari hasil uji olah data SPSS versi 25, menunjukkan t hitung $> t$ tabel yang sebesar 1,985 dan nilai sig tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti terdapat pengaruh antara konsisten konten terhadap Tingkat pengetahuan pengguna.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan dari rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: bahwa Variabel Konsisten konten berpengaruh

positif dan kuat secara significant terhadap Tingkat Pengetahuan Penggunan“

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka peneliti menuliskan saran diharapkan dengan penelitian ini akan menambah pemahaman bagi para peneliti lainnya yang melakukan penelitian yang sama dengan penelitian ini terkait Konsisten konten terhadap tingkat pengetahuan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Alini, T. (2021). Hubungan Pengetahuan Dengan Sikap Ibu Hamil Tentang Pemanfaatan Buku KIA. *Jurnal Asuhan Ibu Dan Anak*, 9(2), 67–74. <https://doi.org/10.33867/c2byzp04>
- Azizah, P. Z., Sulaiman, Z., Syamimi, N., Ahmad, N., & Nik, N. (2024). *Double- Tap to Engage: Analyzing the Impact of Message Interactivity , Content Consistency , and Content Type on Customer Engagement with Pharmaceutical Posts on Instagram*. 14(12), 1656–1666. <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v14-i12/24119>
- Azvandara, N., & Kusnadi, H. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyampaian Informasi Dan Berita Di Tribun Solo. *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM)*, 5(2), 1–5.
- Becker, M., & Gijzenberg, M. J. (2023). Consistency and commonality in advertising content: Helping or Hurting? *International Journal of*

Research in Marketing, 40(1), 128–145.

<https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2022.05.004>

Darwati, Lilis, Fitriyani. 2022. “Analisis Pengukuran Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi OVO Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS).” *JUST IT : Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi Dan Komputer* 12 (2): 34–42. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/just-it/index>.

Hafid, M. A., & Fahrullah, A. (2023). Peran Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah Di Eventsurabaya. *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 34–46. <https://doi.org/10.30997/jsei.v9i1.7968>

Patria, N., Nugroho, R., & Situngkir, H. (2024). Satu Dekade Pembangunan Digital Indonesia 2014-2024. In *PT Sarana Ecommerce Nusantara*.

Syerlina, Amar, M. I., Mpandi, R. A., Adawiah, R., & Musi, S. (2024). *TRANSFORMASI MEDIA ANALOG KE MEDIA DIGITAL SEBAGAI UPAYA ADAPTASI (ANALISIS KONVERGENSI MEDIA)*. 8(7), 379–388.

Tobing, S. M. (2019). Pemanfaatan Internet Sebagai Media Informasi Dalam Kegiatan Belajar Mengajar Pada Mata Kuliah Pendidikan Pancasila. *JURNAL PEKAN: Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 4(1), 64–73. <https://doi.org/10.31932/jpk.v4i1.37>