

Pengaruh Konten Instagram @kemendikdasmen Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tes Kemampuan Akademik 2025 pada Siswa Kelas XII SMK HUTAMA

Sani Lutfiah Fahmi¹, Widarti²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Sarana Informatika

E-mail : sanilutfiahfahmi@gmail.com, widarti.wdr@bsi.ac.id

Abstrak

Perkembangan Instagram sebagai kanal komunikasi kebijakan publik mendorong Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah (Kemendikdasmen) memanfaatkan akun @kemendikdasmen untuk menyosialisasikan Tes Kemampuan Akademik (TKA) 2025. Penelitian ini bertujuan mengukur pengaruh konten Instagram @kemendikdasmen terhadap pemenuhan kebutuhan informasi TKA 2025 pada siswa kelas XII SMK Hutama Kota Bekasi. Konten Instagram (variabel X) diukur melalui konsep 4C Chris Heuer yaitu context, communication, collaboration, connection, sedangkan pemenuhan kebutuhan informasi (variabel Y) diukur melalui lima dimensi Uses and Gratifications Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974), yaitu kognitif, afektif, integrasi pribadi, integrasi sosial, dan pelepasan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan teknik total sampling terhadap 79 siswa yang terdaftar TKA 2025. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana berbantuan SPSS 26. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan data berdistribusi normal, linear, dan homoskedastis. Analisis regresi menghasilkan persamaan $Y = 3,451 + 1,160X$ dengan koefisien korelasi Pearson sebesar 0,958 dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,918 (91,8%). Uji t menunjukkan t-hitung 29,378 > t-tabel 1,665 pada signifikansi 0,000, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Temuan ini membuktikan bahwa konten Instagram @kemendikdasmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi TKA 2025, dengan indikator Connection dan dimensi Pelepasan sebagai capaian tertinggi, sementara Communication dan Integrasi Pribadi masih menjadi aspek yang perlu ditingkatkan.

Kata Kunci : konten Instagram, 4C, Uses and Gratifications, kebutuhan informasi, Tes Kemampuan Akademik

Abstract

The growth of Instagram as a public policy communication channel has encouraged the Ministry of Primary and Secondary Education (Kemendikdasmen) to utilize the @kemendikdasmen account to disseminate the 2025 Academic Ability Test (TKA). This study aims to measure the influence of @kemendikdasmen's Instagram content on the fulfillment of TKA 2025 information needs among twelfth-grade students of SMK Hutama Kota Bekasi. Instagram content (variable X) is measured through Chris Heuer's 4C concept: context, communication, collaboration, connection, while fulfillment of information needs (variable Y) is measured through the five dimensions of Uses and Gratifications by Katz, Blumler, and Gurevitch (1974): cognitive, affective, personal integrative, social integrative, and escapist needs. This explanatory quantitative study applied total sampling to 79 students registered for TKA 2025. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using simple linear regression in SPSS 26. Classical assumption tests showed the data to be normally distributed, linear, and homoscedastic. Regression analysis produced the equation $Y = 3.451 + 1.160X$ with a Pearson correlation coefficient of 0.958 and a coefficient of determination (R^2) of 0.918 (91.8%). The t-test showed t-count 29.378 > t-table 1.665 at a significance of 0.000, so H_0 was rejected and H_a accepted. These findings prove that @kemendikdasmen's Instagram content has a positive and significant influence on the fulfillment of TKA 2025 information needs, with the Connection indicator and the Escapist dimension as the highest achievements, while Communication and Personal Integrative needs remain aspects requiring improvement.

Keywords : Instagram content, 4C, Uses and Gratifications, information needs, Academic Ability Test

1. Pendahuluan

Perkembangan media sosial Instagram menunjukkan peningkatan signifikan sebagai kanal informasi publik. Laporan Wearesocial (2025) mencatat bahwa 60,9% pengguna internet Indonesia memanfaatkan platform digital sebagai sumber

pencarian informasi, sementara data Meta per Januari 2026 (Datareportal.com, 2025) menunjukkan 121 juta pengguna Instagram di Indonesia dengan 37,1% berusia 18–24 tahun, kelompok usia yang identik dengan pelajar tingkat akhir. Kondisi ini mendorong Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah (Kemendikdasmen) mengadopsi Instagram sebagai

kanal komunikasi kebijakan publik, khususnya dalam penyebarluasan informasi Tes Kemampuan Akademik (TKA).

Berdasarkan Permendikdasmen Nomor 9 Tahun 2025, TKA bertujuan memperoleh informasi capaian akademik siswa secara terukur. Sebanyak 3.518.167 siswa kelas XII dari 43.918 satuan pendidikan mendaftar TKA 2025, dengan 1,59 juta di antaranya siswa SMK. Akun Instagram @kemendikdasmen memiliki 2,9 juta pengikut selama bulan Juli–Oktober 2025 mengunggah 27 konten terkait TKA. Besarnya jumlah peserta serta munculnya respons publik, termasuk petisi penolakan TKA 2025 yang ditandatangani 242.414 siswa melalui Change.org dan evaluasi Komisi X DPR RI (Sinar Harapan, 2026) yang menyoroti kurangnya pemahaman siswa terhadap tujuan dan mekanisme TKA, menjadikan sosialisasi sebagai aspek krusial yang perlu dikaji secara empiris.

Siswa SMK memiliki karakteristik kebutuhan informasi yang berbeda dari siswa SMA karena orientasi kurikulum yang menekankan kesiapan memasuki Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI). Ketidakjelasan informasi mengenai urgensi suatu ujian dapat berkontribusi pada kecemasan siswa yang berdampak pada kesiapan menghadapi tes (Dwi et al., 2025). Penelitian terdahulu mengenai pengaruh Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi umumnya mengkaji akun media komersial atau korporasi swasta (Safriana & Samatan, 2021; Rachman, 2025; Gustifa, 2024), bukan akun lembaga pemerintah, dan belum menempatkan siswa SMK dengan karakteristik vokasionalnya sebagai audiens. Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan mengkaji pengaruh konten Instagram @kemendikdasmen terhadap pemenuhan kebutuhan informasi TKA 2025 pada 79 siswa kelas XII SMK Utama Kota Bekasi.

Secara teoretis, fenomena ini dijelaskan melalui konsep 4C Chris Heuer (context, communication, collaboration, connection) untuk membedah pengelolaan konten, dan Teori Uses and Gratifications (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974) yang memandang audiens sebagai agen aktif dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhan kognitif, afektif, integrasi pribadi, integrasi sosial, dan pelepasan. Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah: (1) sejauh mana pengaruh konten Instagram @kemendikdasmen dalam menyampaikan informasi TKA 2025; (2) sejauh mana pemenuhan kebutuhan informasi TKA 2025 pada siswa melalui konten tersebut; dan (3) sejauh mana pengaruh yang signifikan antara keduanya. Hipotesis penelitian: Ha menyatakan terdapat pengaruh positif konten Instagram @kemendikdasmen terhadap pemenuhan kebutuhan informasi TKA 2025, sedangkan H0 menyatakan sebaliknya.

2. Landasan Teori

2.1 Teori Uses and Gratifications

Teori Uses and Gratifications (U&G) yang dikembangkan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974) menggeser fokus kajian dari apa yang dilakukan media terhadap audiens menjadi apa yang dilakukan audiens terhadap media (Syafrina, 2021). Audiens dipandang sebagai subjek aktif yang secara sadar memilih dan memanfaatkan media serta kontennya untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pribadi, sehingga teori ini tidak hanya menggambarkan perilaku konsumsi media, tetapi juga menelaah hasil yang muncul dari pemenuhan kebutuhan tersebut (Syafrina, 2021).

Kebutuhan audiens dalam menggunakan media dikelompokkan ke dalam lima dimensi yang menjadi dasar pengukuran tingkat pemenuhan kebutuhan informasi (Herlina, 2025). Kelima dimensi tersebut diuraikan satu per satu berikut ini beserta wujudnya dalam penelitian ini.

1) Kognitif (*cognitive needs*). Kebutuhan untuk memperoleh informasi, pengetahuan, dan pemahaman, sehingga media dipakai sebagai sarana belajar atau sumber wawasan baru tentang lingkungan sekitar. Dalam penelitian ini, kebutuhan tersebut tampak pada pemahaman siswa mengenai relevansi hasil TKA bagi masa depan serta alur pelaksanaan ujian.

2) Afektif (*affective needs*). Kebutuhan emosional atau pencarian pengalaman yang menyenangkan, di mana konten media memengaruhi perasaan, emosi, dan suasana hati pengguna. Dalam penelitian ini, kebutuhan tersebut tampak pada perasaan tenang karena mengetahui apa yang diharapkan dalam ujian serta perasaan tidak sendirian menghadapi ketidakpastian seputar TKA 2025.

3) Integrasi pribadi (*personal integrative needs*). Kebutuhan memperkuat rasa percaya diri, status, identitas, dan nilai personal melalui konsumsi media, sehingga membantu individu mengenali diri dan memperoleh pengakuan dari orang lain. Dalam penelitian ini, kebutuhan tersebut tampak pada rasa percaya diri saat membicarakan TKA bersama teman atau guru serta pemahaman tentang pengaruh hasil ujian terhadap rencana setelah lulus.

4) Integrasi sosial (*social integrative needs*). Kebutuhan mempererat hubungan, menjaga koneksi, dan merasakan keterikatan dalam komunitas, dengan media berperan sebagai alat pemenuhan kebutuhan hubungan sosial. Dalam penelitian ini, kebutuhan tersebut tampak pada pemahaman yang setara dengan teman seangkatan serta kemampuan menjawab pertanyaan teman seputar TKA.

5) Pelepasan (*escapist needs*). Kebutuhan mengurangi stres, menghindari tekanan sehari-hari, atau mencari hiburan untuk relaksasi, di mana media membantu mengatasi kejenuhan dan kelelahan mental. Dalam penelitian ini, kebutuhan tersebut tampak pada

kemudahan menikmati konten video atau infografis dibandingkan pengumuman resmi serta persiapan ujian yang terasa lebih ringan.

2.2 Konsep 4C Chris Heuer

Konsep 4C dikemukakan oleh Chris Heuer (dalam Najla Kalimah, 2023). Konsep ini menyatakan bahwa empat komponen perlu terintegrasi pada setiap platform media sosial agar platform mudah digunakan dan mampu memenuhi tujuan individual penggunaannya. Dalam penelitian ini, keempat komponen digunakan sebagai indikator konten Instagram (variabel X) dan diuraikan satu per satu berikut ini.

1) Context. (*"How we frame our stories"*) Cara menyusun dan menyampaikan pesan atau informasi, mencakup bentuk pesan, penggunaan bahasa, dan isi pesan agar dapat dipahami audiens.

2) Communication. (*"The practice of sharing our story as well as listening, responding, and growing"*) Proses menyalurkan informasi sekaligus aktivitas mendengarkan, merespons, dan membangun interaksi dengan pengguna melalui penyajian pesan yang menarik dan nyaman diterima audiens.

3) Collaboration. (*"Working together to make things better and more efficient and effective"*) Kerja sama antara pengelola akun dan pengguna media sosial untuk mengelola hubungan dan aktivitas secara lebih efektif dan efisien.

4) Connection. (*"The relationships we forge and maintain"*) Upaya menjaga dan mempertahankan hubungan yang telah terjalin dengan pengguna melalui interaksi berkelanjutan, sehingga tercipta kedekatan antara pengguna dan akun.

Dalam penelitian ini, context diwujudkan melalui kemudahan menemukan informasi TKA dan daya tarik visual konten; communication melalui kelengkapan informasi dan respons akun di kolom komentar; collaboration melalui dorongan membagikan konten serta kolaborasi dengan akun resmi lain; dan connection melalui kecenderungan siswa kembali mengunjungi akun serta kemudahan akses informasi resmi.

3. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan paradigma positivistik (Sugiyono, 2021) untuk mengkaji sejauh mana konten Instagram @kemendikdasmen (variabel X) memengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi TKA 2025 (variabel Y). Variabel X diukur melalui empat indikator 4C Chris Heuer, yaitu context, communication, collaboration, dan connection, sedangkan variabel Y diukur melalui lima dimensi Uses and Gratifications, yaitu kognitif, afektif, integrasi pribadi, integrasi sosial, dan pelepasan. Populasi penelitian adalah 79 siswa kelas XII SMK

Hutama Kota Bekasi yang terdaftar sebagai peserta TKA 2025. Mengingat jumlah populasi relatif kecil, penarikan sampel menggunakan teknik sampling jenuh (total sampling) (Sugiyono, 2021) sehingga seluruh 79 anggota populasi ditetapkan sebagai sampel.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner tertutup berskala Likert (1–5) yang disusun berdasarkan indikator kedua variabel, didukung observasi non-partisipan pada akun Instagram @kemendikdasmen dan di lokasi penelitian. Data sekunder diperoleh dari jurnal, buku, dan publikasi resmi yang relevan. Instrumen terdiri atas 8 item variabel X dan 10 item variabel Y yang diuji validitasnya menggunakan korelasi Pearson ($r\text{-tabel} = 0,186$ pada $df = 77$, taraf signifikansi 5% satu arah); seluruh item dinyatakan valid dan digunakan dalam analisis. Uji reliabilitas menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan ambang batas 0,6.

Analisis data mencakup statistik deskriptif untuk memetakan profil responden dan kecenderungan jawaban tiap indikator, uji asumsi klasik (normalitas Kolmogorov-Smirnov, linearitas, dan heteroskedastisitas melalui scatterplot), dan uji hipotesis berupa regresi linear sederhana ($Y = a + bX$), koefisien korelasi Pearson, koefisien determinasi (R^2), serta uji t parsial pada taraf signifikansi 0,05 (Ghozali, 2021). Seluruh pengolahan data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 26 for Windows.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Profil Responden

Dari 79 responden, mayoritas berjenis kelamin perempuan (44 orang; 55,7%) dan sisanya laki-laki (35 orang; 44,3%), dengan komposisi yang cukup berimbang. Berdasarkan usia, responden didominasi kelompok 18 tahun (63 orang; 79,7%), diikuti 17 tahun (15 orang; 19%) dan 16 tahun (1 orang; 1,3%), mencerminkan bahwa responden berada pada tahap akhir jenjang pendidikan menengah kejuruan. Ditinjau dari jurusan, responden berasal dari lima program keahlian: Manajemen Perkantoran (24 orang; 30,4%), Teknik Komputer Jaringan (22 orang; 27,8%), Teknik Otomotif dan Broadcasting (masing-masing 13 orang; 16,5%), serta Akuntansi dan Lembaga Keuangan (7 orang; 8,9%).

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas terhadap 8 item variabel X menghasilkan nilai $r\text{-hitung}$ antara 0,741–0,892, dan 10 item variabel Y antara 0,802–0,896, seluruhnya melampaui $r\text{-tabel}$ 0,186 sehingga dinyatakan valid. Uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,929 untuk variabel X dan 0,958 untuk variabel Y, keduanya jauh di atas ambang 0,6 sehingga instrumen dinyatakan sangat reliabel.

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Konten Instagram (X)	0,929	8	Reliable
Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)	0,958	10	Reliable

4.3 Analisis Deskriptif Variabel

Rata-rata skor variabel Konten Instagram (X) sebesar 3,99 berada pada kategori "Baik". Indikator Connection memperoleh rata-rata tertinggi (4,08), mencerminkan tingginya kecenderungan siswa kembali mengunjungi akun @kemendikdasmen serta persepsi kemudahan akses informasi resmi. Sebaliknya, indikator Communication memperoleh rata-rata terendah (3,91), menunjukkan responsivitas akun terhadap pertanyaan siswa di kolom komentar masih perlu ditingkatkan.

Rata-rata skor variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) sebesar 4,04 juga berada pada kategori "Baik". Dimensi Pelepasan memperoleh rata-rata tertinggi (4,19) karena format video dan infografis dinilai membuat persiapan ujian terasa lebih ringan, sedangkan dimensi Integrasi Pribadi memperoleh rata-rata terendah (3,93), mengindikasikan konten belum optimal menumbuhkan rasa percaya diri personal siswa.

Tabel 2. Rekapitulasi Rata-rata Indikator Variabel X dan Y

Variabel	Indikator/Dimensi	Rata-rata	Kategori
Konten Instagram (X)	Context	4,01	Baik
	Communication	3,91	Baik
	Collaboration	3,96	Baik
	Connection	4,08	Baik
Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)	Kognitif	3,99	Baik
	Afektif	4,09	Baik
	Integrasi Pribadi	3,93	Baik
	Integrasi Sosial	4,00	Baik
	Pelepasan	4,19	Baik

4.4 Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov terhadap nilai unstandardized residual menghasilkan Asymp. Sig. sebesar 0,090 ($> 0,05$), diperkuat pola lonceng pada grafik histogram dan sebaran titik mengikuti garis diagonal pada Normal P-P Plot, sehingga residual dinyatakan berdistribusi normal. Uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi Deviation from Linearity sebesar 0,109 ($> 0,05$) dan signifikansi Linearity sebesar 0,000 ($< 0,05$), yang menegaskan adanya hubungan linear antara variabel X dan Y. Uji heteroskedastisitas melalui pengamatan pola sebaran titik pada grafik scatterplot menunjukkan titik-titik menyebar acak di atas dan di bawah angka 0 tanpa membentuk pola tertentu, sehingga model regresi dinyatakan homoskedastis dan layak digunakan.

4.5 Uji Hipotesis

Analisis regresi linear sederhana menghasilkan nilai konstanta (a) sebesar 3,451 dan koefisien regresi (b) sebesar 1,160, sehingga diperoleh persamaan $Y = 3,451 + 1,160X$. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan konten Instagram akan diikuti peningkatan pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 1,160 satuan.

Tabel 3. Ringkasan Hasil Uji Hipotesis

Uji Statistik	Nilai	Kriteria	Keterangan
Korelasi Pearson (r)	0,958	$0,000 < 0,01$	Hubungan sangat kuat
Koefisien Determinasi (R^2)	0,918 (91,8%)	—	Kontribusi X terhadap Y
Uji t (t-hitung)	29,378	$> t\text{-tabel } 1,665$	H_0 ditolak, H_a diterima
Uji F (F-hitung)	863,071	$> F\text{-tabel } 3,96$	Model signifikan

Nilai korelasi Pearson sebesar 0,958 (signifikansi 0,000, satu arah) menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara konten Instagram dan pemenuhan kebutuhan informasi. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,918 berarti variabel Konten Instagram mampu menjelaskan 91,8% variasi pemenuhan kebutuhan informasi TKA 2025, sementara 8,2% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model. Uji t menghasilkan t-hitung 29,378 yang jauh melampaui t-tabel 1,665 ($df = 77$, taraf signifikansi 0,05 satu arah) dengan signifikansi 0,000, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima: terdapat pengaruh positif dan signifikan antara konten Instagram @kemendikdasmen terhadap pemenuhan kebutuhan informasi TKA 2025 pada siswa kelas XII SMK Utama Kota Bekasi.

4.6 Pembahasan

Pengaruh konten Instagram terhadap

pemenuhan kebutuhan informasi dapat ditelusuri melalui keterkaitan spesifik antar-dimensi.. Kebutuhan kognitif 79,8% dan afektif 81,8% terutama terpenuhi melalui dimensi context 80,2%, di mana penyajian materi TKA yang relevan dan dikemas menarik memudahkan siswa memahami alur ujian sekaligus meredakan kecemasan. Kebutuhan integrasi sosial 80,0% terpenuhi melalui dimensi collaboration 79,2% dan connection 81,6%, karena informasi dari @kemendikdasmen menjadi bahan diskusi bersama teman dan guru. Kebutuhan integrasi pribadi 78,6% bersumber dari dimensi communication 78,2%, namun keterbatasan interaksi dua arah menjadi penyebab rendahnya skor pada dimensi ini, konsisten dengan temuan bahwa indikator Communication dan dimensi Integrasi Pribadi sama-sama menempati posisi terendah pada kedua variabel. Adapun kebutuhan pelepasan 83,8% terpenuhi melalui dimensi connection 81,6%, di mana konten yang ringan dan terstruktur membantu siswa mengelola stres menjelang ujian.

Keterkaitan antara indikator Communication yang terendah pada variabel X dengan dimensi Integrasi Pribadi yang juga terendah pada variabel Y menunjukkan rantai sebab yang logis: lemahnya komunikasi dua arah membuat siswa tidak memperoleh klarifikasi langsung, sehingga rasa percaya diri personal mereka tidak terbentuk secara optimal. Penguatan aspek communication berpotensi menjadi titik ungkit untuk turut mengangkat dimensi integrasi pribadi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rachman (2025) yang menemukan Instagram korporasi berperan memenuhi kebutuhan kognitif, afektif, sosial, dan personal followers, serta penelitian Gustifa (2024) yang menemukan konten Instagram mampu menjawab kelima dimensi Uses and Gratifications dalam konteks kesehatan. Penelitian ini memperluas temuan tersebut pada konteks akun lembaga pemerintah dan audiens siswa SMK yang memiliki karakteristik vokasional serta orientasi karier yang spesifik.

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan, yaitu populasi yang terbatas pada satu sekolah sehingga generalisasi masih terbatas, desain cross-sectional yang mengukur variabel pada satu titik waktu, serta pengukuran kedua variabel melalui satu sumber dan metode data yang sama sehingga berpotensi terjadi common method variance.

5. Kesimpulan

Konten Instagram @kemendikdasmen dalam menyampaikan informasi TKA 2025 tergolong kategori baik (rata-rata 3,99), dengan indikator Connection sebagai capaian tertinggi dan Communication sebagai capaian terendah. Pemenuhan kebutuhan informasi TKA 2025 pada siswa kelas XII SMK Utama Kota Bekasi juga tergolong kategori baik (rata-rata 4,04), dengan dimensi Pelepasan sebagai capaian tertinggi dan Integrasi Pribadi sebagai

capaian terendah. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara konten Instagram @kemendikdasmen terhadap pemenuhan kebutuhan informasi TKA 2025, sebagaimana dibuktikan melalui persamaan regresi $Y = 3,451 + 1,160X$, korelasi Pearson 0,958, koefisien determinasi (R^2) 91,8%, serta uji t ($29,378 > 1,665$) dan uji F ($863,071 > 3,96$) yang signifikan pada taraf 0,000, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kemendikdasmen disarankan memperkuat aspek communication melalui peningkatan responsivitas terhadap komentar siswa dan membuka saluran interaksi dua arah yang lebih aktif, serta mengembangkan konten yang mengaitkan hasil TKA dengan relevansi karier vokasional untuk memperkuat dimensi integrasi pribadi. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan sampel ke beberapa sekolah dan menambahkan variabel lain di luar model untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

Referensi

- Change.org. (2025). Batalkan pelaksanaan TKA 2025. <https://www.change.org/p/batalkan-pelaksanaan-tka-2025>
- Datareportal.com. (2025). Pengguna Instagram, statistik, data & tren untuk tahun 2025. <https://datareportal.com/essential-instagram-stats>
- Dwi, M., Surya, A., & Raharjo, P. (2025). Hubungan tingkat kecemasan dengan hasil belajar siswa pada uji kompetensi keahlian, 6(2), 132–137. <https://doi.org/10.33475/mhjns.v6i2.764>
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26 (Cetakan X). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustifa, R. (2024). Pengaruh konten Instagram @leonavictoria_ahligizi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi makanan sehat pencegahan stunting. *Jurnal Ilmu Sosial, Ilmu Politik*.
- Herlina, V. (2025). Penggunaan media sosial Instagram dalam pemenuhan kebutuhan informasi reproduksi remaja Kota Batam.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of Mass Communication by the Individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research* (pp. 19–32). Sage Publications.
- Najla Kalimah. (2023). Pengaruh konten akun Instagram @Kejadiansmg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lalu lintas followersnya.
- Permendikdasmen. (2025). Peraturan Menteri Pendidikan Dasar dan Menengah Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2025 tentang Tes

Kemampuan Akademik.

- Rachman, A. (2025). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram "Cerita di United Tractors" terhadap kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan informasi bagi followers.
- Safriana, S., & Samatan, N. (2021). Pengaruh motif penggunaan media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @Indozone.id terhadap kepuasan followers generasi Z dalam memperoleh informasi, 2(1), 17–25.
- Sinar Harapan. (2026). Perbaiki total pelaksanaan TKA di 2027, kesenjangan digital dan infrastruktur jadi tantangan. <https://sinarharapan.com/perbaiki-total-pelaksanaan-tka-di-2027-kesenjangan-digital-dan-infrastruktur-jadi-tantangan/>
- Sugiyono. (2021). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Syafrina, A. E. (2021). Buku ajar komunikasi massa.
- Wearesocial. (2025). Laporan statistik global digital 2025 April. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/04/digital-2025-april-global-statshot-report/>

