

Pengaruh Konten Instagram @PSSI terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi dan Kepuasan *Followers*

Akbar Faturrama Firgiawan¹, Akyas Dzakhir Akrom², Trimanah³

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, Indonesia^{1,2,3}

Email: 32802200027@std.unissula.ac.id, Akyasakrom28@std.unissula.ac.id, trimanah@unissula.ac.id

Sejarah Artikel:

Diterima 29-05-2026
Disetujui 06-06-2026
Diterbitkan 08-06-2026

ABSTRACT

This study examines the influence of Instagram content from @pssi on followers' information needs fulfillment and satisfaction. The Instagram account @pssi, as the official communication medium of the Football Association of Indonesia (PSSI), plays an important role in delivering information related to national football. However, a large number of followers does not necessarily indicate that information needs are fulfilled. This research employed a quantitative approach using purposive sampling with 100 active followers as respondents. Data were collected through a Likert-scale questionnaire, then analyzed using validity tests, reliability tests, normality tests, simple linear regression, t-tests, and coefficient of determination. Results indicate that Instagram content from @pssi has a positive and significant influence on both followers' information needs fulfillment ($R^2=0.486$, $t=9.631$, $p<0.001$) and followers' satisfaction ($R^2=0.429$, $t=8.582$, $p<0.001$). Informative, consistent, interactive, and emotionally engaging content fulfills cognitive, affective, social integration, and entertainment needs.

Keywords: Instagram Content; Information Needs; Follower Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini membahas pengaruh konten Instagram @pssi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dan kepuasan followers. Akun Instagram @pssi sebagai media komunikasi resmi Persatuan Sepak Bola Seluruh Indonesia (PSSI) memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi terkait sepak bola nasional. Namun, tingginya jumlah followers tidak selalu mencerminkan terpenuhinya kebutuhan informasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling terhadap 100 followers aktif. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, normalitas, regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil menunjukkan bahwa konten Instagram @pssi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers ($R^2=0,486$; $t=9,631$; $p<0,001$) dan kepuasan followers ($R^2=0,429$; $t=8,582$; $p<0,001$). Konten yang informatif, konsisten, interaktif, dan memiliki koneksi emosional terbukti mampu memenuhi kebutuhan kognitif, afektif, integrasi sosial, dan hiburan followers.

Kata kunci: Konten Instagram; Pemenuhan Kebutuhan Informasi; Kepuasan Followers

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang berkembang pesat, teknologi informasi telah menjadi pilar utama dalam transformasi sosial dan komunikasi publik. Masyarakat tidak lagi hanya bergantung pada media konvensional untuk memperoleh informasi, melainkan mengakses berita, hiburan, dan interaksi sosial melalui berbagai platform digital. Salah satu platform media sosial yang sangat dominan dalam konteks global dan nasional adalah Instagram. Di Indonesia, lebih dari 85,3% pengguna internet aktif menggunakan Instagram (Kemp, 2024). Platform ini telah berevolusi menjadi media komunikasi strategis bagi individu, lembaga, hingga organisasi besar.

Persatuan Sepak Bola Seluruh Indonesia (PSSI) merupakan salah satu institusi yang paling aktif memanfaatkan media sosial. Akun resmi Instagram @pssi telah memiliki lebih dari 6,3 juta pengikut per Maret 2026, menjadikannya akun federasi sepak bola dengan pengikut terbanyak di Asia. Melalui akun ini, PSSI membagikan berbagai konten seperti informasi pertandingan, hasil laga, perkembangan sepak bola nasional, hingga aktivitas pemain dan pelatih.

Namun, tingginya jumlah pengikut tidak serta merta mencerminkan terpenuhinya kebutuhan informasi maupun kepuasan audiens. Survei Lingkaran Survei Indonesia (LSI, 2023) menunjukkan bahwa hanya 20,4% masyarakat secara aktif menyaksikan pertandingan sepak bola dalam negeri, dan hanya 31,6% yang mengikuti berita sepak bola Indonesia secara rutin. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara ketersediaan konten dengan keterpenuhannya terhadap kebutuhan informasi dan kepuasan followers.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konten media sosial berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Sari Natasya Puspita, 2022; Puspita, 2022) dan kepuasan followers (Chusumastuti et al., 2023). Namun, penelitian yang secara simultan mengkaji kedua variabel tersebut dalam konteks akun resmi federasi olahraga nasional masih sangat terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menguji: (1) pengaruh konten Instagram @pssi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers, dan (2) pengaruh konten Instagram @pssi terhadap kepuasan followers.

Penelitian ini didasarkan pada Teori Perilaku Pencarian Informasi (Wilson, 1999) yang menjelaskan bahwa individu secara aktif mencari informasi untuk memenuhi kebutuhan kognitif dan afektif mereka. Ketika followers merasakan kurangnya informasi mengenai aktivitas timnas, mereka terdorong untuk mencari informasi melalui media sosial, khususnya akun resmi @PSSI. Hipotesis penelitian ini adalah: H1: Terdapat pengaruh signifikan antara konten Instagram @PSSI terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers; H2: Terdapat pengaruh signifikan antara konten Instagram @PSSI terhadap kepuasan followers.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatif untuk menguji hubungan kausal antara variabel konten Instagram @PSSI (X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers (Y1) dan kepuasan followers (Y2). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria responden: (1) pengguna aktif Instagram, (2) mengikuti akun @pssi, dan (3) aktif berinteraksi dengan konten @pssi.

Populasi penelitian adalah followers aktif akun Instagram @pssi yang berjumlah lebih dari 6 juta orang (data Maret 2026). Menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner berbasis skala Likert (1-5) yang terdiri dari 14 item pernyataan yang mencakup seluruh variabel penelitian.

Variabel konten Instagram @PSSI (X) diukur menggunakan empat indikator: (1) kualitas informasi, (2) keterlibatan (engagement), (3) konsistensi unggahan, dan (4) koneksi emosional. Variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y1) menggunakan lima indikator: (1) kebutuhan kognitif, (2) kebutuhan afektif, (3) integrasi pribadi, (4) integrasi sosial, dan (5) eskapisme. Variabel kepuasan followers (Y2) menggunakan lima indikator: (1) interpersonal utility, (2) pass time, (3) information seeking, (4) convenience, dan (5) entertainment.

Analisis data dilakukan secara bertahap: (1) uji validitas menggunakan Pearson Product Moment; (2) uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha; (3) uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov; (4) analisis regresi linear sederhana; (5) uji t untuk pengujian hipotesis; dan (6) uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besaran pengaruh. Seluruh pengolahan data menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 27.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan setiap item kuesioner mampu mengukur konstruk yang dimaksud. Berdasarkan hasil pengujian dengan rumus Pearson Product Moment, seluruh 14 item pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel sebesar 0,195 ($n=100$, $\alpha=5\%$). Hasil selengkapnya disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	No	r_hitung	r_tabel	Kriteria
Konten Instagram @PSSI (X)	1	0,703	0,195	Valid
	2	0,740	0,195	Valid
	3	0,690	0,195	Valid
	4	0,696	0,195	Valid
	5	0,675	0,195	Valid
Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y1)	6	0,609	0,195	Valid
	7	0,709	0,195	Valid
	8	0,543	0,195	Valid
	9	0,726	0,195	Valid
	10	0,722	0,195	Valid
	11	0,678	0,195	Valid
	12	0,634	0,195	Valid
Kepuasan Followers (Y2)	13	0,738	0,195	Valid
	14	0,591	0,195	Valid

(Sumber: Data primer diolah, Mei 2026)

Uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai alpha di atas 0,60 sehingga dinyatakan reliabel. Variabel Konten Instagram @PSSI (X) memperoleh nilai 0,665; Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y1) sebesar 0,666; dan Kepuasan Followers (Y2) sebesar 0,695. Rincian hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
1	Konten Instagram @PSSI (X)	0,665	Reliabel
2	Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y1)	0,666	Reliabel
3	Kepuasan Followers (Y2)	0,695	Reliabel

(Sumber: Data primer diolah, Mei 2026)

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Untuk hubungan variabel X dengan Y1, diperoleh nilai asymp sig. (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05, sehingga data berdistribusi normal. Untuk hubungan variabel X dengan Y2, diperoleh nilai asymp sig. (2-tailed) sebesar 0,016. Meskipun terdapat sedikit penyimpangan pada distribusi Y2, analisis tetap dapat dilanjutkan dengan mempertimbangkan karakteristik data.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana menunjukkan persamaan regresi untuk masing-masing variabel dependen:

- 1) Konten Instagram @PSSI terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi: $Y1 = 6,435 + 0,852X$
- 2) Konten Instagram @PSSI terhadap Kepuasan Followers: $Y2 = 8,275 + 0,751X$

Pada persamaan pertama, nilai konstanta 6,435 menunjukkan bahwa jika konten Instagram @PSSI bernilai 0, pemenuhan kebutuhan informasi tetap berada di angka 6,435. Koefisien regresi 0,852 berarti setiap peningkatan satu satuan konten Instagram akan meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 0,852 satuan. Pada persamaan kedua, konstanta 8,275 dan koefisien 0,751 memiliki interpretasi yang serupa untuk variabel kepuasan followers. Nilai positif pada kedua koefisien menunjukkan hubungan yang searah.

Uji Hipotesis (Uji t)

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t dengan kriteria penerimaan H1 jika nilai sig. < 0,05 dan t hitung > t tabel. Hasil uji hipotesis selengkapnya ditampilkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji t dan Koefisien Determinasi

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Konten Instagram @PSSI (X) → Kebutuhan Informasi (Y1)	9,631	3,231	<0,001	H1 Diterima
Konten Instagram @PSSI (X) → Kepuasan Followers (Y2)	8,582	3,231	<0,001	H2 Diterima

(Sumber: Data primer diolah menggunakan IBM SPSS v.27, Mei 2026)

Berdasarkan Tabel 3, untuk hipotesis pertama (H1), diperoleh nilai t hitung sebesar $9,631 > t$ tabel $3,231$ dengan signifikansi $<0,001 < 0,05$. Dengan demikian, H0 ditolak dan H1 diterima, yang berarti konten Instagram @PSSI berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Untuk hipotesis kedua (H2), diperoleh nilai t hitung sebesar $8,582 > t$ tabel $3,231$ dengan signifikansi $<0,001 < 0,05$. H0 ditolak dan H2 diterima, sehingga konten Instagram @PSSI terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan followers.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Variabel Dependen	R	R ²	Kontribusi (%)
Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y1)	0,697	0,486	48,6%
Kepuasan Followers (Y2)	0,655	0,429	42,9%

(Sumber: Data primer diolah menggunakan IBM SPSS v.27, Mei 2026)

Nilai R² sebesar 0,486 menunjukkan bahwa konten Instagram @PSSI memberikan kontribusi sebesar 48,6% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers, sedangkan 51,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti intensitas penggunaan media sosial dan karakteristik individu followers. Untuk variabel kepuasan followers, nilai R² sebesar 0,429 mengindikasikan kontribusi konten sebesar 42,9%, sementara 57,1% dipengaruhi faktor lain seperti preferensi individu dan kualitas interaksi di media sosial.

Pembahasan

Hasil penelitian ini mengkonfirmasi bahwa konten Instagram @PSSI memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers ($Y = 6,435 + 0,852X$; $R^2=0,486$). Temuan ini sejalan dengan penelitian Sari Natasya Puspita (2022) yang menemukan bahwa konten Instagram berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa dengan nilai determinasi 54,9%. Konten yang informatif, aktual, dan relevan mampu membantu followers memperoleh informasi terkait perkembangan sepak bola nasional secara cepat dan mudah dipahami.

Hasil ini juga dapat diinterpretasikan melalui kerangka Teori Perilaku Pencarian Informasi Wilson (1999). Followers yang memiliki kebutuhan kognitif terhadap informasi sepak bola nasional akan aktif mengakses konten @pssi. Ketika konten yang tersedia mampu menjawab kebutuhan tersebut—baik dari segi kelengkapan, kejelasan, maupun keterbaruan informasi—maka kebutuhan pencarian informasi terpenuhi. Hal ini sejalan pula dengan penelitian Puspita (2022) yang menemukan korelasi kuat ($r=0,786$) antara efektivitas Instagram @detikcom dengan pemenuhan kebutuhan informasi.

Untuk variabel kepuasan followers, hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dengan persamaan $Y = 8,275 + 0,751X$ dan nilai $R^2=0,429$. Temuan ini konsisten dengan penelitian Chusumastuti et al. (2023) yang menemukan bahwa konten Instagram berpengaruh signifikan terhadap kepuasan followers @barkas.jogjakarta dengan koefisien determinasi 51,6%. Mayoritas responden merasa

puas terhadap kualitas informasi, tampilan visual, konsistensi unggahan, dan kecepatan akun dalam menyampaikan informasi.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memperluas pemahaman tentang komunikasi digital dalam konteks olahraga. Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang hanya mengkaji salah satu variabel secara parsial, penelitian ini mengintegrasikan dua dimensi utama—pemenuhan kebutuhan informasi dan kepuasan followers—secara simultan dalam konteks institusi publik di bidang olahraga nasional. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas dan konsistensi konten media sosial merupakan faktor determinan dalam membangun keterlibatan dan kepuasan audiens di era komunikasi digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa: (1) Konten Instagram @PSSI berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers, dibuktikan dengan nilai t hitung $9,631 > t$ tabel $3,231$ (sig. $<0,001$) dan kontribusi sebesar $48,6\%$ ($R^2=0,486$); dan (2) Konten Instagram @PSSI berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan followers, dibuktikan dengan nilai t hitung $8,582 > t$ tabel $3,231$ (sig. $<0,001$) dan kontribusi sebesar $42,9\%$ ($R^2=0,429$).

Konten yang informatif, konsisten, interaktif, dan memiliki koneksi emosional terbukti mampu memenuhi kebutuhan kognitif, afektif, integrasi sosial, dan hiburan followers. Penelitian ini secara teoritis memperkuat penerapan Information Seeking Theory dalam konteks media sosial olahraga, dan secara praktis memberikan masukan bagi pengelola media sosial PSSI untuk terus meningkatkan kualitas konten yang informatif, menarik, dan responsif terhadap kebutuhan followers.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah sampel (100 responden) dan cakupan satu platform saja. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas sampel, menambahkan variabel lain (loyalitas audiens, kepercayaan), serta membandingkan beberapa platform media sosial (Instagram, TikTok, YouTube) untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang komunikasi digital dalam konteks olahraga nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Chusumastuti, D., & Atthahirah, A. (2023). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Kepuasan Followers @barkas.jogjakarta. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, 1(2), 31–44. <https://doi.org/10.59581/jmki-widyakarya.v1i2.120>
- Kemp, S. (2024). Digital 2024: Indonesia. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Lubis, R. A., Alisa, N., Sitompul, S. N. W., Saragih, A. T. W., & Purwaningtyas, F. (2023). Model Perilaku Pencarian Informasi: Analisis Teori Perilaku Pencarian Informasi Menurut Wilson. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(3), 1006–1015. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i3.3028>
- Noeryandana, A. N. (2025). Pengaruh Kredibilitas dan Kualitas Informasi pada Akun @timnas.indonesia terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi*, 5(2), 1–7. <https://doi.org/10.29303/v4b9vh76>

- Puspita, N. A. (2022). Efektivitas Media Sosial Akun Instagram @detikcom dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 4(2), 112–117. <https://doi.org/10.24076/pikma.v4i2.588>
- Sari Natasya Puspita, N. R. (2022). Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @Laakfkb terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Akhir FKB. *Jurnal Education and Development Institut Pendidikan Tapanuli Selatan*, 10(3), 470–474.
- Satriya Agung Prakoso, & Aesthetika, N. M. (2025). Analisis Komentar Netizen Terhadap Jersey Player Terbaru Timnas Indonesia yang Ditampilkan Melalui Foto dalam Akun Instagram @PSSI. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 7(5). <https://doi.org/10.47467/reslaj.v7i5.7047>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Komunikasi*, 5(X).
- Wilson, T. D. (1999). Models in Information Behaviour Research. *Journal of Documentation*, 55(3), 249–270. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000007145>