

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Penelitian

##### 4.1.1 Gambar Umum MPR RI

Didirikan pada tanggal 8 Maret 1965 melalui Surat Keputusan Presiden RI Nomor 48/1965. Berawal dari gagasan Presiden Pertama RI, Ir. Soekarno untuk menyelenggarakan CONEFO (Conference of the New Emerging Forces). Arsitektur gedung merupakan hasil rancangan karya Soejoedi Wirjoatmodjo, Dpl.Ing. yang ditetapkan dan disahkan oleh Presiden Soekarno pada tanggal 22 Februari 1965, Pembangunan sempat terhambat karena adanya peristiwa G 30 S PKI dan dilanjutkan kembali berdasarkan Surat Keputusan Presidium Kabinet Ampera Nomor 79/U/Kep/11/1966 tanggal 9 Nopember 1966 yang peruntukannya diubah menjadi Gedung MPR/DPR RI.



**Gambar 4.1 Logo MPR RI**

**Sumber : <https://setjen.mpr.go.id/> -Sekretariat-Jenderal-MPR-RI**

Jenis Gedung Gedung Nusantara yang merupakan gedung utama dalam kompleks MPR/DPR/DPD yang berbentuk kubah dengan bentuk setengah lingkaran yang melambangkan kepakan sayap burung yang akan lepas landas, Gedung Nusantara I setinggi 100 meter dengan 24 lantai yang diresmikan, Gedung Nusantara II, Gedung Nusantara III, Gedung Nusantara IV, Gedung Nusantara V, Gedung Bharana Graha, Gedung Sekretariat Jenderal MPR/DPR/DPD, Gedung Mekanik, dan Masjid Baiturrahman.

Di areal kompleks Gedung MPR / DPR RI, terdapat kolam air mancur dengan patung Elemen Estetik dan diapit oleh tiang bendera berjumlah 35 buah dan Gedung dengan tulisan besar Majelis Permusyawaratan Rakyat dan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia dengan titik pandang utama tangga yang besar dan tinggi masuk Gedung Nusantara. Wujud Patung Elemen pada dasarnya berupa tiga bulatan yang saling berhubungan dan berkesinambungan. Patung Elemen Estetik ini adalah karya Drs. But Mochtar dari Departemen Seni Rupa Institut Teknologi Bandung. Teknik pembuatan Patung Elemen Estetik adalah dibuat dari konstruksi rangka besi dengan lapisan sheet tembaga ditanamkan pada pondasi beton. Pembuatan Patung Elemen Estetik selesai pada tahun 1977.

Dimaksudkan agar masyarakat umum mengetahui serta memahami kedudukan, fungsi, peranan, serta mekanisme kerja Majelis Permusyawaratan Rakyat sebagai lembaga negara, pemegang, dan pelaksana kedaulatan rakyat. Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD NRI Tahun 1945) mengamanatkan bahwa Susunan Negara Republik Indonesia adalah negara yang berkedaulatan rakyat yang dalam pelaksanaannya menganut prinsip kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan/perwakilan. Untuk mewujudkan hal tersebut, dibentuk lembaga permusyawaratan rakyat dan lembaga perwakilan yang diharapkan mampu memperjuangkan aspirasi rakyat dalam rangka menegakkan nilai-nilai demokrasi, keadilan dan kesejahteraan rakyat dalam wadah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Atas dasar pemikiran tersebut, dalam sistem ketatanegaraan Indonesia dibentuk lembaga-lembaga negara yang mengejawantahkan fungsi permusyawaratan dan perwakilan sebagai bagian dari pelaksanaan kedaulatan rakyat, dimana keberadaan, wewenang, tugas, dan fungsinya ditentukan oleh Undang-Undang Dasar. Lembaga negara merupakan lembaga pemerintahan negara yang berkedudukan di pusat yang fungsi, tugas, dan wewenangnya diatur secara tegas dalam UUD. Dalam UUD NRI

Tahun 1945, lembaga negara adalah MPR, DPR, DPD, Presiden, BPK, MA, MK, dan KY yang kedudukannya sejajar dan melaksanakan tugas dan fungsinya sesuai dengan ketentuan dalam UUD untuk mengembangkan kehidupan demokrasi, menjamin keterwakilan, serta mengembangkan mekanisme checks and balances antar lembaga negara demi mewujudkan keadilan dan kesejahteraan rakyat.

#### **4.1.2 Pimpinan MPR RI**

Nama Lengkap

**Dr. H. BAMBANG SOESATYO, S.H., S.E., M.B.A.**

Nomor Anggota

**A-307**

Masa Jabatan

**2019-2024**

Jabatan



**Ketua MPR RI**

Nama Lengkap

**Dr. AHMAD BASARAH, S.H., M.H.**

Nomor Anggota

**A-213**

Masa Jabatan

**2019-2024**

Jabatan



**Wakil Ketua MPR RI**

Nama Lengkap

**H. AHMAD MUZANI**

Nomor Anggota

**A-75**

Masa Jabatan

**2019-2024**

Jabatan



**Wakil Ketua MPR RI**

Nama Lengkap

**Dr. LESTARI MOERDIJAT S.S., M.M.**

Nomor Anggota

**A-370**

Masa Jabatan

**2019-2024**

Jabatan



**Wakil Ketua MPR RI**

Nama Lengkap

**Dr. H. JAZILUL FAWAID, SQ., M.A.**

Nomor Anggota

**A-48**

Masa Jabatan

**2019-2024**

Jabatan

**Wakil Ketua MPR RI**



Nama Lengkap

**Prof. Dr. H. SJARIFUDDIN HASAN, M.M, M.B.A.**

Nomor Anggota

**A-540**

Masa Jabatan

**2019-2024**

Jabatan

**Wakil Ketua MPR RI**



Nama Lengkap

**Dr. H. M. HIDAYAT NUR WAHID, M.A.**

Nomor Anggota

**A-424**

Masa Jabatan

**2019-2024**

Jabatan



## Wakil Ketua MPR RI

Nama Lengkap

**Dr. H. M. AMIR USKARA, M.Kes.**

Nomor Anggota

**A-476**

Masa Jabatan

**2019-2024**

Jabatan

**Wakil Ketua MPR RI**



Nama Lengkap

**Prof. Dr. Ir. FADEL MUHAMMAD**

Nomor Anggota

**B-113**

Masa Jabatan

**2019-2024**

Jabatan

**Wakil Ketua MPR RI**



### 4.1.3 Akun Instagram Sebagai Media Informasi MPR RI



## **Gambar 4.2 Akun Instagram MPR RI**

**Sumber : <https://www.instagram.com/mprgoid/>**

Salah satu media promosi yang digunakan oleh indomaret untuk menginformasikan segala hal yang berkaitan dengan produk-produk didalamnya kepada para konsumen adalah melalui media sosial yaitu instagram dengan nama akun @mprgoid. Akun instagram MPR RI, dengan pengikutnya yang telah mencapai angka 96,2rb pengikut. Dalam akun instagram tersebut disebarluaskan informasi kepada khlayak mengenai Keterbukaan publik masyarakat, informasi, serta kegiatan-kegiatan quiz yang diselenggarakan MPR RI. Akun @mprgoid sangat aktif dalam melakukan pembaharuan informasis setiap harinya serta sangat responsif dalam menanggapi berbagai kritik dan saran dari Followers.

### **4.2 Hasil Penelitian**

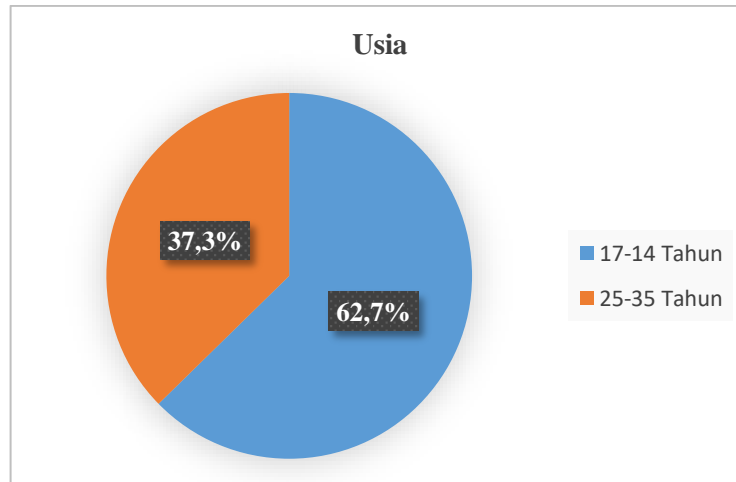
#### **4.2.1 Indentitas Responden**

Penelitian ini dilakukan terhadap 75 responden yang sesuai dengan kriteria. Untuk mengetahui hasil penelitian ini, dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden yaitu *followers* @mprgoid melalui *direct message* (DM) Instagram dan dibagi dalam beberapa kategori sebagai berikut:

1. Usia

#### **Tabel 4.1 – Usia**

**N = 75**



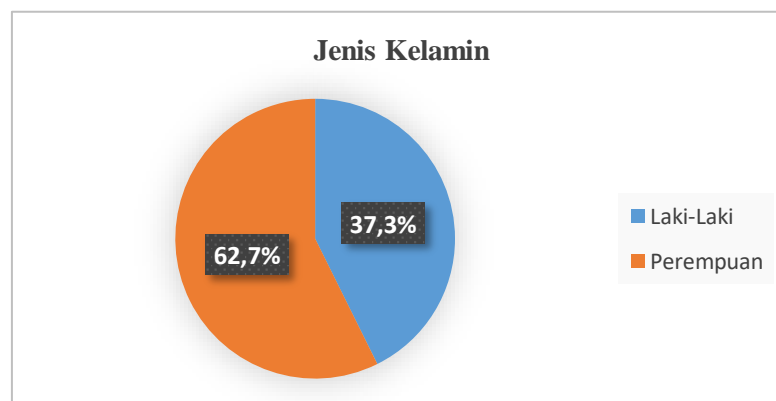
(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4.2 Usia, diketahui bahwa dari keseluruhan responden sebanyak 75 (100%) responden, diperoleh data sebanyak 47 (62,7%) orang berada pada rentang usia 17-24 tahun, sebanyak 28 (37,3%) orang berada pada rentang usia 25-35 tahun, Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini di dominasi oleh reponden berusia 14-17 tahun yaitu sebanyak 47 (62,7%)

## 2. Jenis Kelamin

**Tabel 4.2 – Jenis Kelamin**

**N = 75**



(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4.2 Usia, diketahui bahwa dari keseluruhan responden sebanyak 75 (100%) responden, diperoleh data sebanyak 47 (62,7%) orang berada pada rentang usia 17-24 tahun, sebanyak 28 (37,3%)

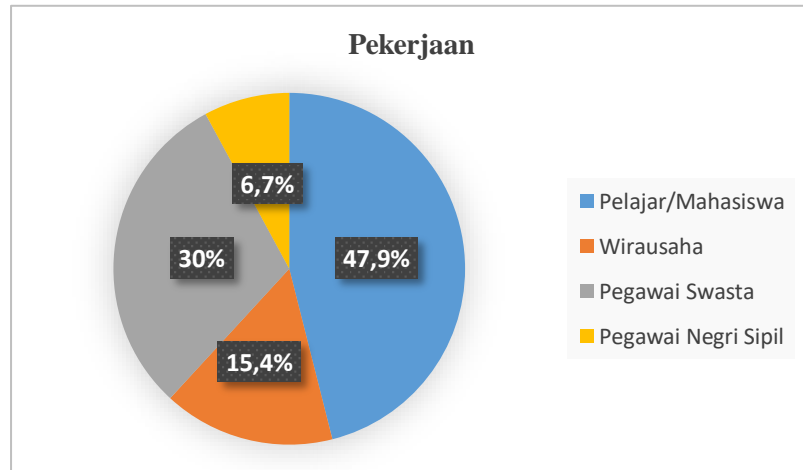


orang berada pada rentang usia 25-35 tahun, Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini di dominasi oleh reponden berusia 14-17 tahun yaitu sebanyak 47 (63,7%)

2. Pekerjaan

**Tabel 4.3 – Pekerjaan**

N = 75



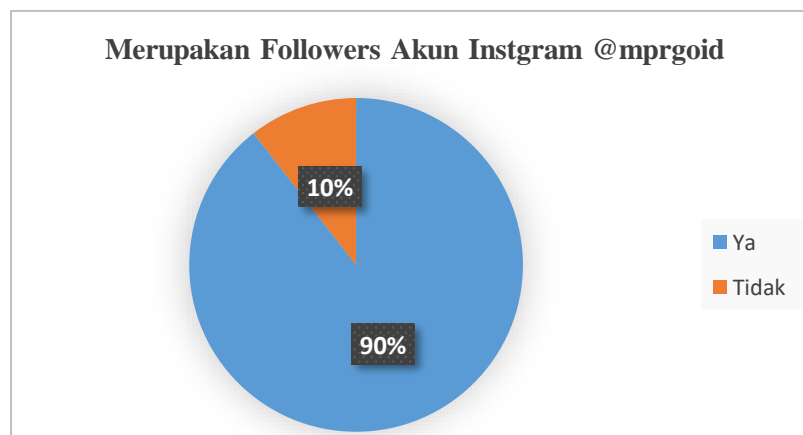
(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4.3 Pekerjaan, diketahui bahwa dari keseluruhan responden sebanyak 75 (100%) responden, terdapat 35 (47,9%) responden berstatus sebagai Pelajar atau Mahasiswa, 12 (15,4%) responden bekerja sebagai Wirausaha, 23 (30%) responden bekerja sebagai Karyawan Swasta, 5 (6,7% (..%)) responden bekerja sebagai Pegawai Negri Sipil. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini di dominasi oleh reponden berstatus sebagai Pelajar atau Mahasiswa yaitu sebanyak 35 (47,9%)

3. Saya merupakan followers akun instagram @mrgoid ?

**Tabel 4.4– Followers**

N = 75



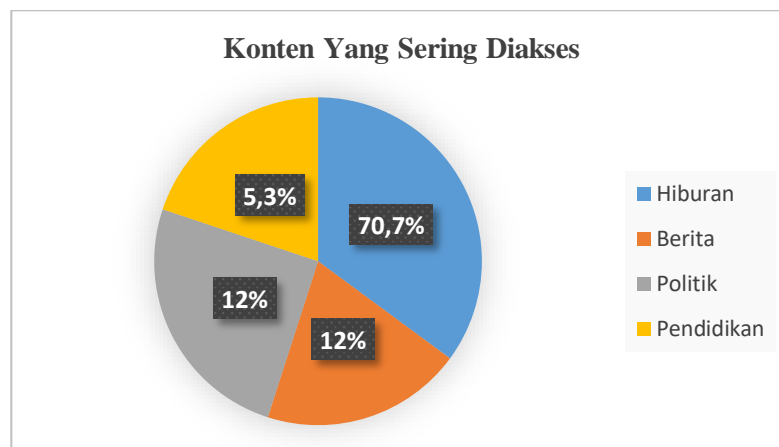
(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4.4 Followers, diketahui bahwa dari keseluruhan responden 75(100%) responden, terdapat 68 (90%) responden berstatus sebagai Followers akun Instagram @mrgoid, 7 (10 %) responden adalah Followers Instagram @mrgoid. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini di dominasi oleh reponden berstatus sebagai Followers yaitu sebanyak 68 (90%)

#### 4. Konten Apa yang Sering Di Akses

**Tabel 4.5 - Akses**

**N = 75**



(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

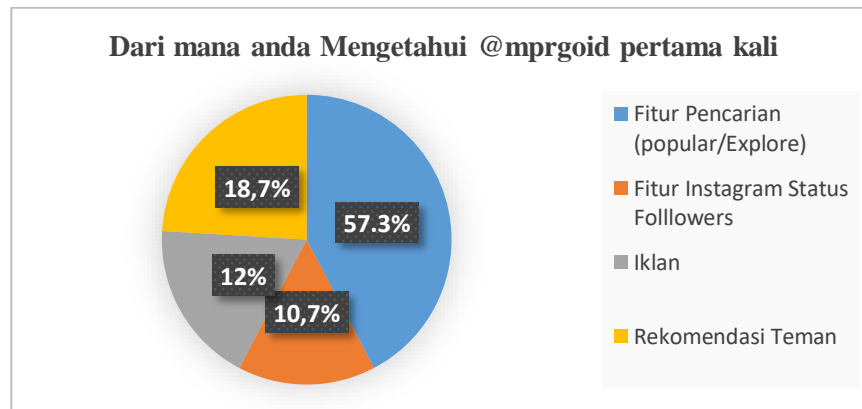
Berdasarkan tabel 4.5, diketahui bahwa sebanyak 53 orang (70,7%) menyatakan Hiburan , 9 orang (12%) menyatakan Berita ,9 orang (12%) responden Politik dan 4 (5,3%) responden menjawab Pendidikan.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 53 orang (70,7%) menyatakan Berita dengan pernyataan Maka dapat disimpulkan penelitian ini didominasi oleh responden bahwa konten yang sering diakes adalah Hiburan

5. Dari mana anda Mengetahui @mprgoid pertama kali

**Tabel 4.6 - Mengetahui**

**N = 75**



(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4.6, diketahui bahwa sebanyak 43 orang (57,3%) menyatakan Fitur Pencarian (popular/Explore) , 8 orang (10,7%) menyatakan Fitur Instagram Satatus Followers ,9 orang (12%) responden Iklan 14 (18,7%) responden menjawab Rekomendasi Teman

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 43 orang (57,3%) menyatakan Berita dengan pernyataan bahwa Fitur Pencarian (popular/Explore).

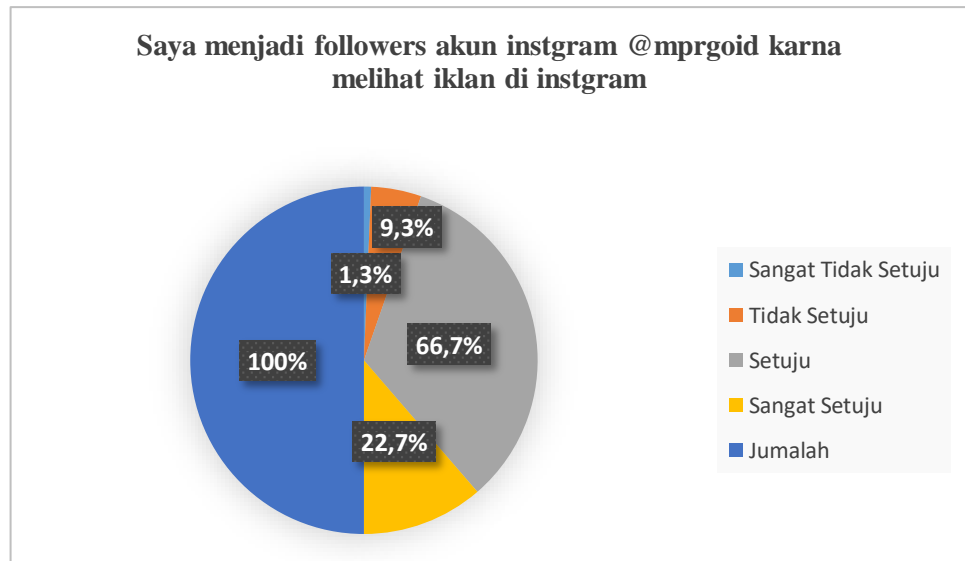
#### **4.2.2 Analisis Pernyataan Variabel X (Konten Sosial Media Instagram)**

Pada variabel X ini menggunakan delapan dimensi, yaitu: *follow, komentar, like, Highlights, IG tv, Captio, Story, Feeds*. Dan menggunakan 19 pernyataan dengan hasil sebagai berikut:

1. Follow

**Tabel 4.7**

**N = 75**



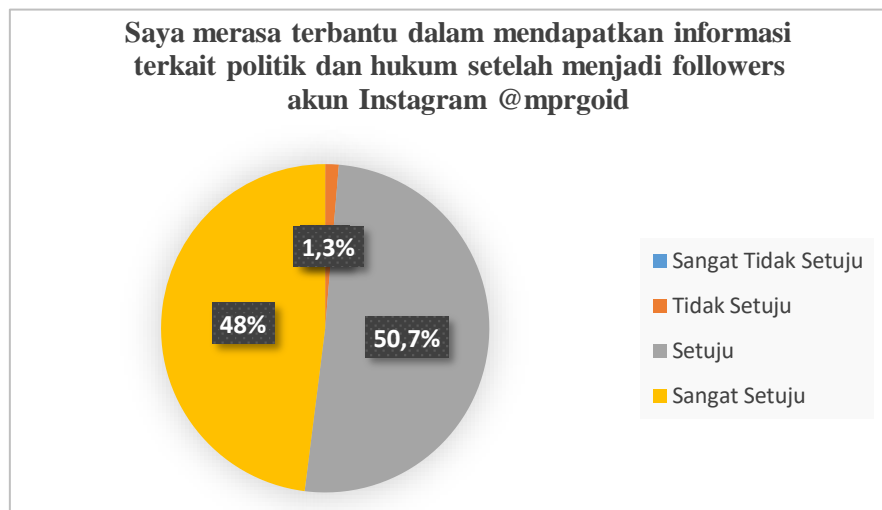
(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4.7, diketahui bahwa sebanyak orang 1 (1,3%) menyatakan sangat tidak setuju, 7 orang (9,3%) menyatakan tidak setuju, 50 orang (66,7%) responden menyatakan setuju dan 17 (22,7%) responden menjawab sangat setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak , 50 orang (66,7%) menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa Saya menjadi followers akun instagram @mprgoid karna melihat iklan di Instagram.

**Tabel 4.8**

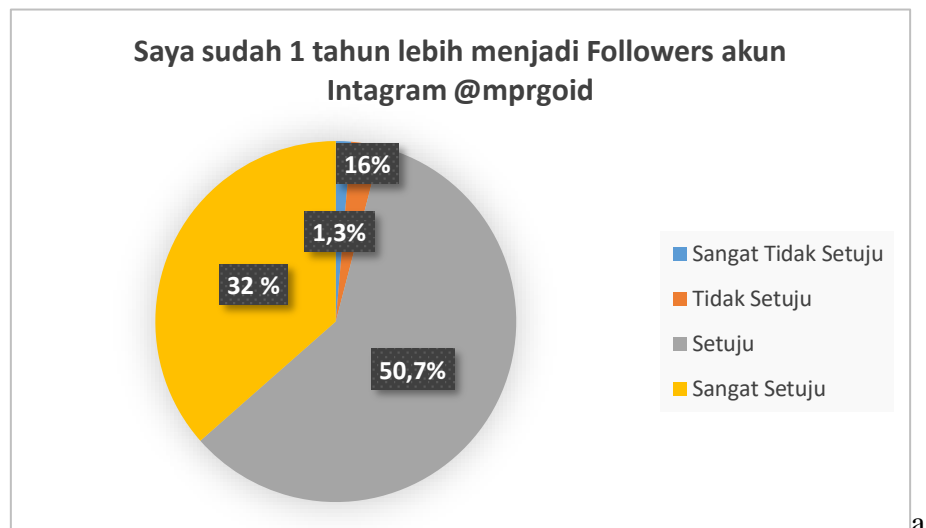
**N = 75**



(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4.8, diketahui bahwa sebanyak 1 orang (1,3%) menyatakan sangat tidak setuju, 16 orang (16%) menyatakan tidak setuju, 38 orang (50,7%) responden menyatakan setuju dan 24 (32 %) responden menjawab sangat setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak , 38 orang (50,7%) menyatakan setuju dengan pernyataan bahw



Saya sudah 1 tahun lebih menjadi followers akun@mprgoid

**Tabel 4.9**

**N = 75**

(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

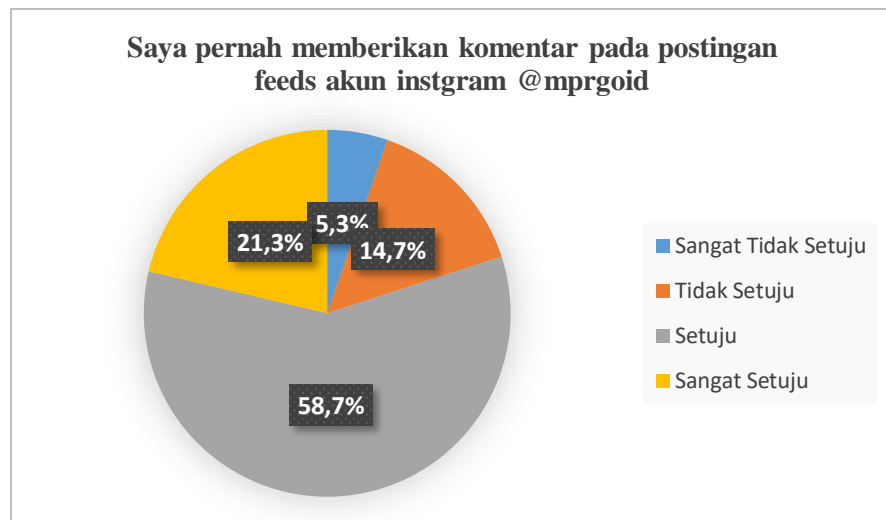
Berdasarkan tabel 4.9, diketahui bahwa sebanyak 36 orang (48%) menyatakan sangat setuju, 38 orang (50,7%) menyatakan setuju 1 orang (1,3%) responden menyatakan tidak setuju dan 0 (0 %) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 38 orang (50,7%) menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa Saya merasa terantu mendapatkan informasi terkait politik dan hukum setelah menjadai followers akun Instagram @mprgoid.

2. komentar

**Tabel 4.10**

**N = 75**



(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

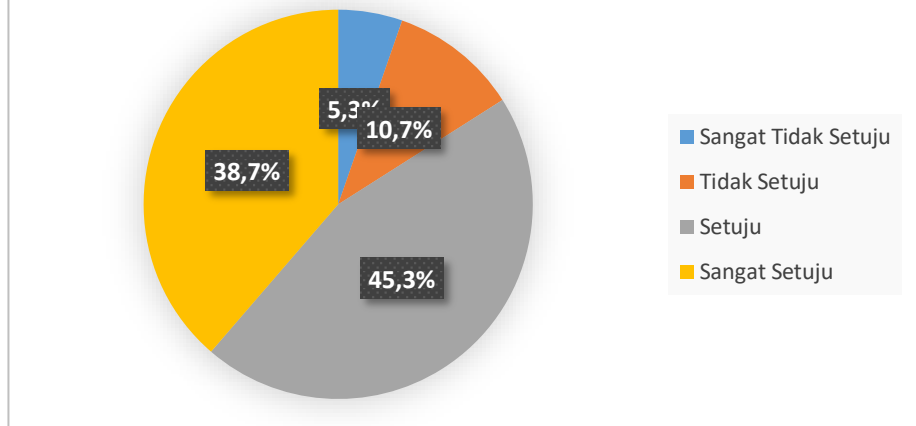
Berdasarkan tabel 4.10, diketahui bahwa sebanyak 16 orang (21,3%) menyatakan sangat setuju, 44 orang (58,7%) menyatakan setuju, 11 orang (14,7%) responden menyatakan tidak setuju dan 4 (5,3%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 44 orang (58,7%) menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa Saya menjadi followers akun instgram @mprgoid karna melihat iklan di Instgram.

**Tabel 4.11**

**N = 75**

**Saya pernah memberikan komentar pada live IGTV di akun instgram @mrgoid**



(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

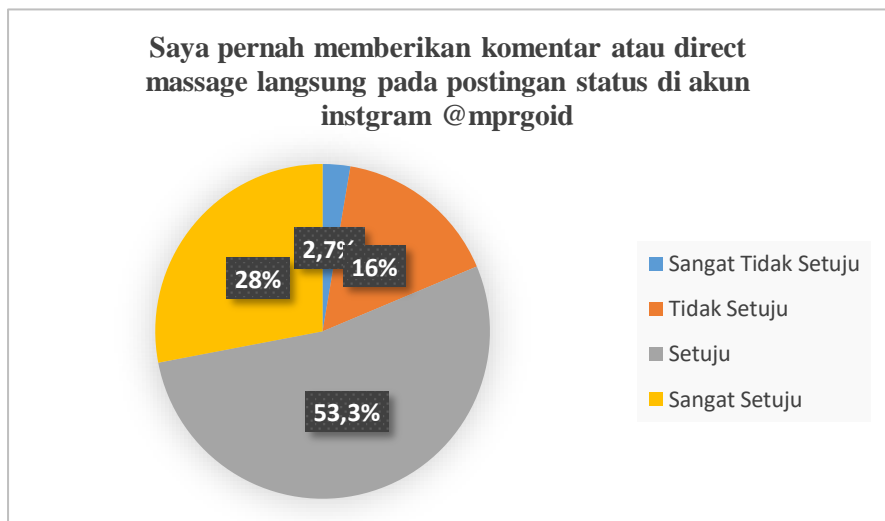
Berdasarkan tabel 4.11, diketahui bahwa sebanyak 29 orang (38,7%) menyatakan sangat setuju, 34 orang (45,3%) menyatakan setuju, 8 orang (10,7%) responden menyatakan tidak setuju dan 4 (5,3%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 34 orang (45,3%) menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa Saya pernah memberikan komentar pada live IGTV di akun instgram @mrgoid.

**Tabel 4.12**

**N = 75**

**Saya pernah memberikan komentar atau direct message langsung pada postingan status di akun instgram @mrgoid**



(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

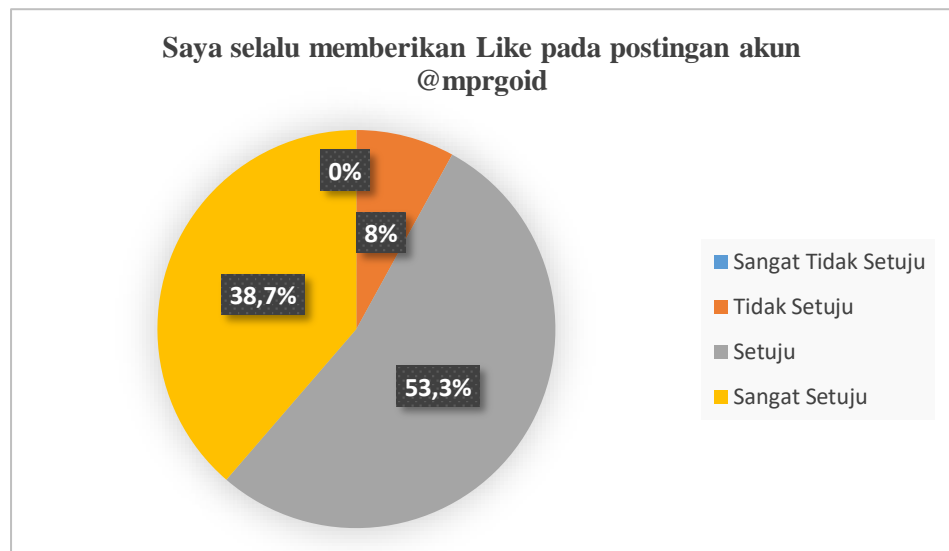
Berdasarkan tabel 4.12, diketahui bahwa sebanyak 21 orang (28%) menyatakan sangat setuju, 40 orang (53,3%) menyatakan setuju 12 orang (16%) responden menyatakan tidak setuju dan 2 (2,7%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu 40 orang (53,3%) menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa Saya pernah memberikan komentar atau direct message langsung pada postingan status di akun instgram @mprgoid.

### 3. like

**Tabel 4.13**

**N = 75**



(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

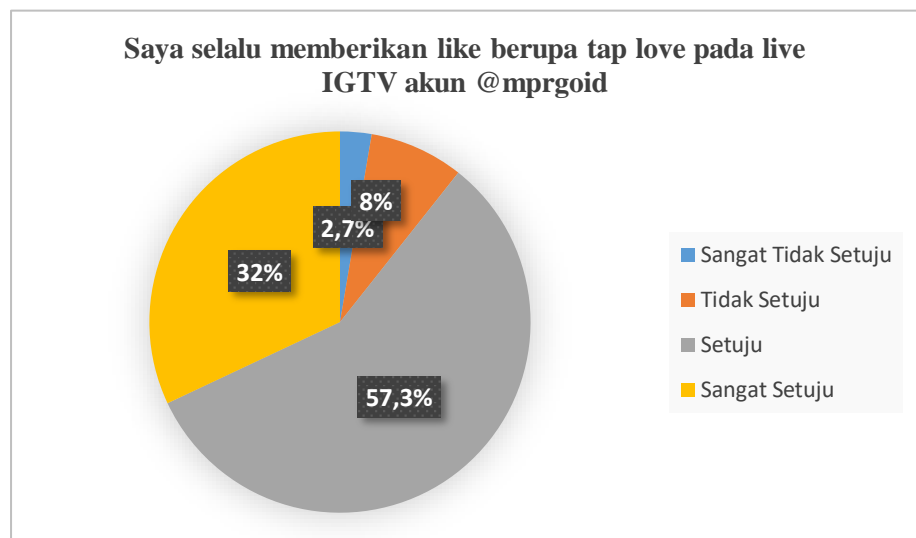


Berdasarkan tabel 4.13, diketahui bahwa sebanyak 29 orang (38,7%) menyatakan sangat setuju, 40 orang (53,3%) menyatakan setuju, 6 orang (8%) responden menyatakan tidak setuju dan 0 (0 %) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak , 40 orang (53,3%) menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa Saya selalu memberikan Like pada postingan akun @mprgoid

**Tabel 4.14**

**N = 75**



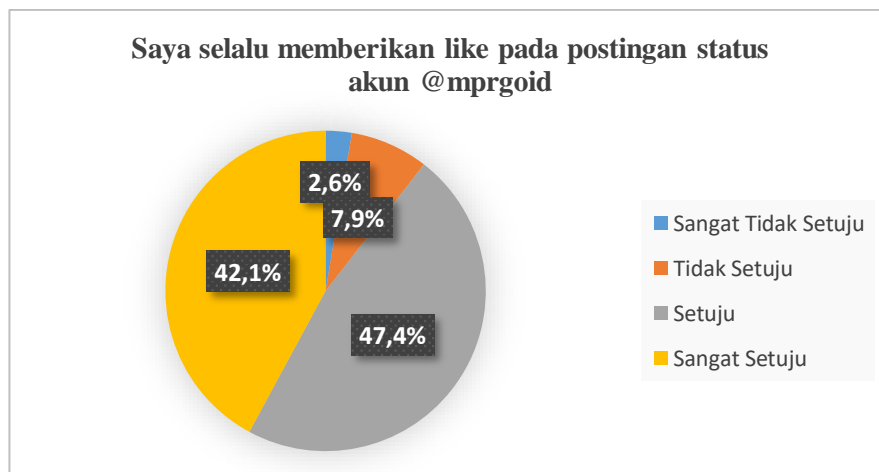
(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4.14, diketahui bahwa sebanyak 24 orang (32%) menyatakan sangat setuju, 43 orang (57,3%) menyatakan setuju, 6 orang (8%) responden menyatakan tidak setuju dan 2 (2,7%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 43 orang (57,3%) menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa Saya selalu memberikan like berupa tap love pada live IGTV akun @mprgoid

**Tabel 4.15**

**N = 75**



(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

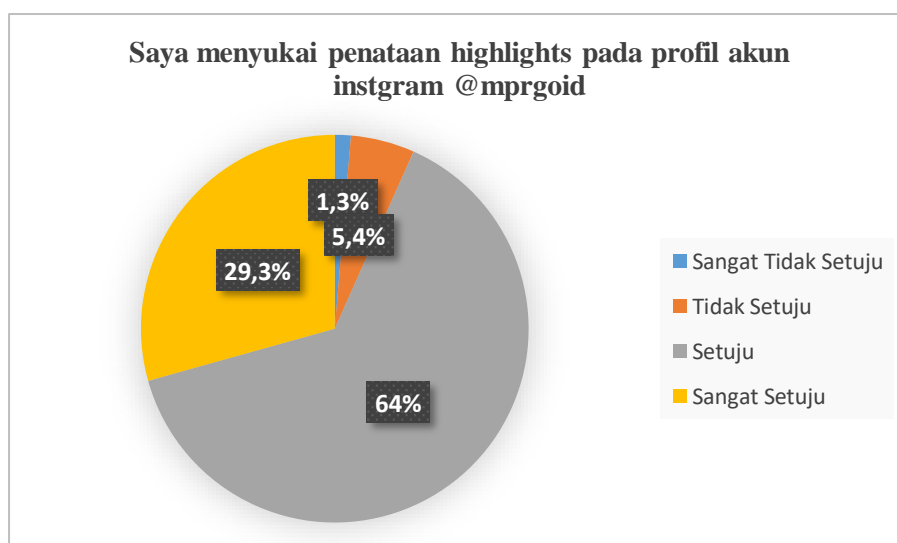
Berdasarkan tabel 4.15, diketahui bahwa sebanyak 32 orang (42,1%) menyatakan sangat setuju, 36 orang (47,4%) menyatakan setuju 6 orang (8%) responden menyatakan tidak setuju dan 2 (2,6%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak , 36 orang (47,4%) menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa Saya selalu memberikan like pada postingan status akun @mrgoid.

#### 4. Highlights

**Tabel 4.16**

**N = 75**



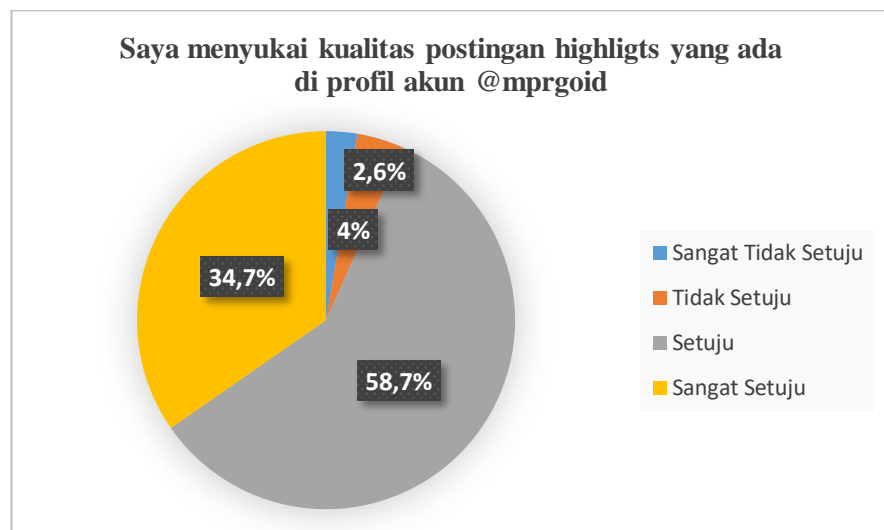
(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4.16, diketahui bahwa sebanyak 22 orang (29,3%) menyatakan sangat setuju, 48 orang (64%) menyatakan setuju, 4 orang (5,4%) responden menyatakan tidak setuju dan 1 (1,3%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 48 orang (64%) menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa Saya menyukai penataan highlights pada profil akun instagram @mprgoid

**Tabel 4.17**

**N = 75**



(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4.17, diketahui bahwa sebanyak 26 orang (34,7%) menyatakan sangat setuju, 44 orang (58,7%) menyatakan setuju, 3 orang

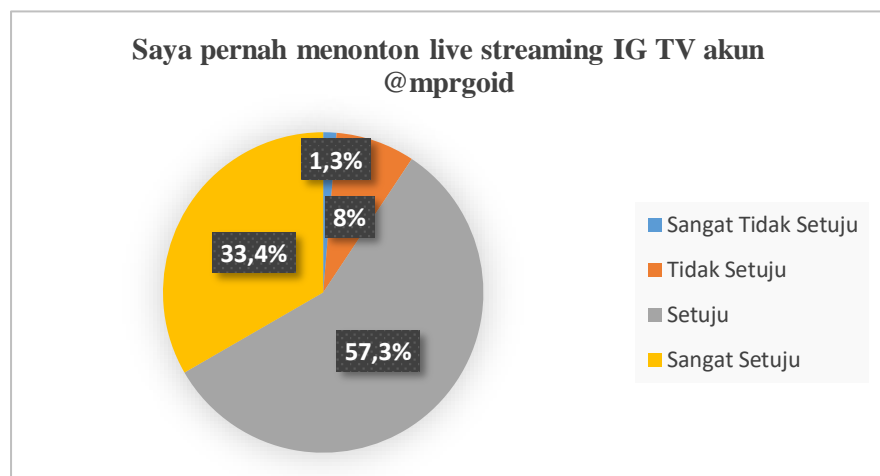
(4%) responden menyatakan tidak setuju dan 2 (2,6 %) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 44 orang (58,7%) menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa Saya menyukai kualitas postingan highlights yang ada di profil akun @mprgoid

## 5. IG TV

**Tabel 4.18**

**N = 75**



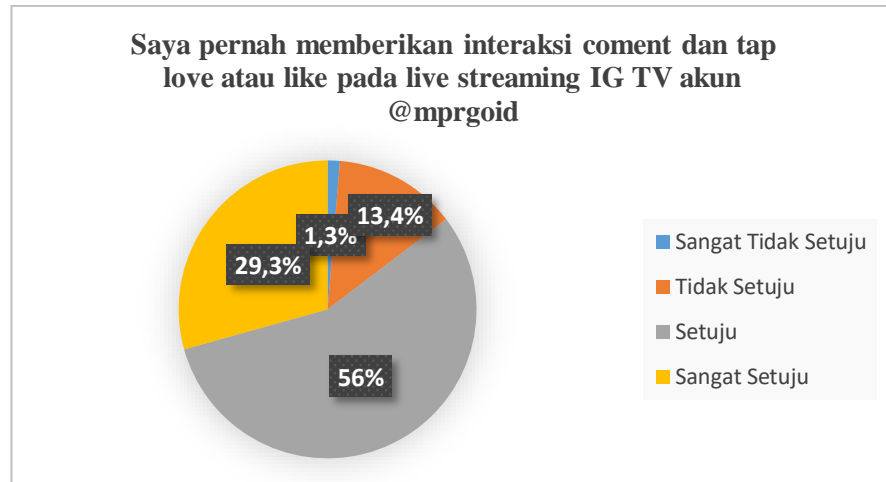
(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4.18, diketahui bahwa sebanyak 26 orang (33,4%) menyatakan sangat setuju, 43 orang (57,3%) menyatakan setuju, 6 orang (8%) responden menyatakan tidak setuju dan 1 (1,3%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 43 orang (57,3%) menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa Saya pernah menonton live streaming IG TV akun @mprgoid

**Tabel 4.19**

**N = 75**



(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

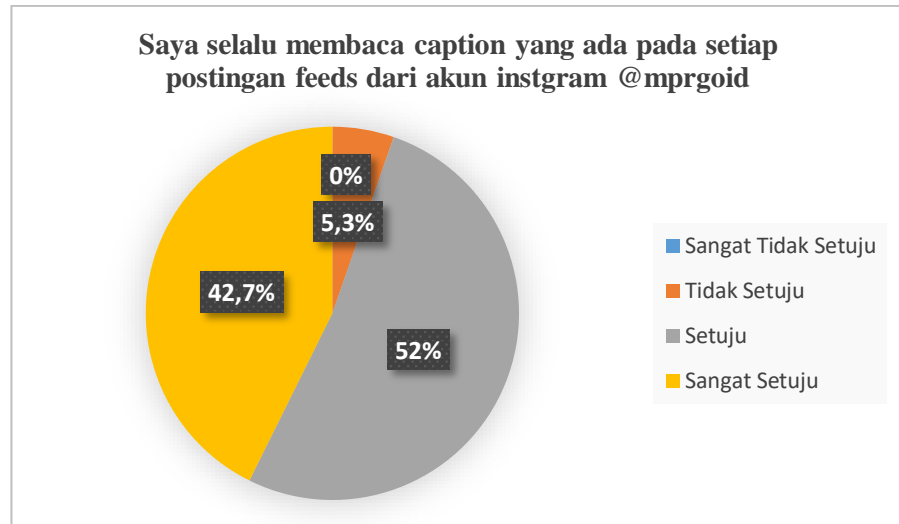
Berdasarkan tabel 4.19, diketahui bahwa sebanyak 22 orang (29,3%) menyatakan sangat setuju, 42 orang (56%) menyatakan setuju, 10 orang (13,4%) responden menyatakan tidak setuju dan 1 (1,3%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 42 orang (56%) menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa Saya pernah memberikan interaksi coment dan tap love atau like pada live streaming IG TV akun @mprgoid.

#### 6. Caption

**Tabel 4.20**

**N = 75**



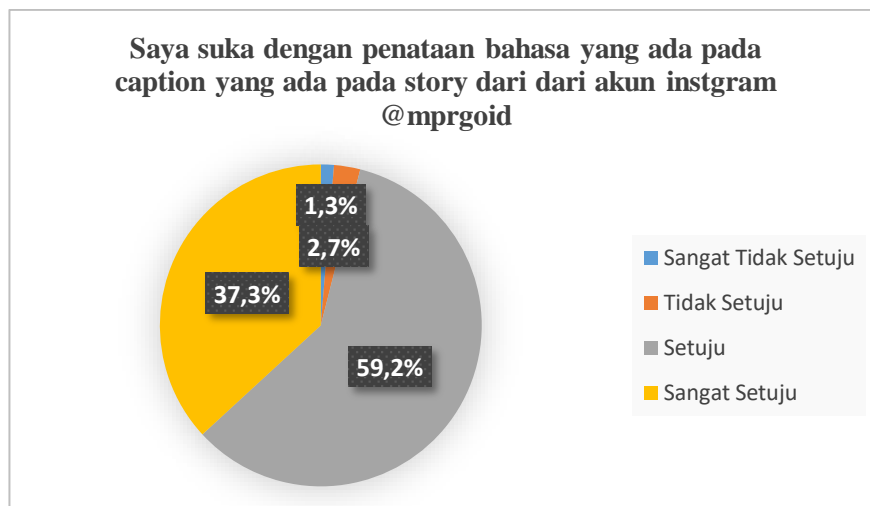
(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4.20, diketahui bahwa sebanyak 32 orang (42,7%) menyatakan sangat setuju, 39 orang (52%) menyatakan setuju, 4 orang (5,3%) responden menyatakan tidak setuju dan 0 (0%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 39 orang (52%) menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa Saya selalu membaca caption yang ada pada setiap postingan feeds dari akun instagram @mrgoid

**Tabel 4.20**

**N = 75**



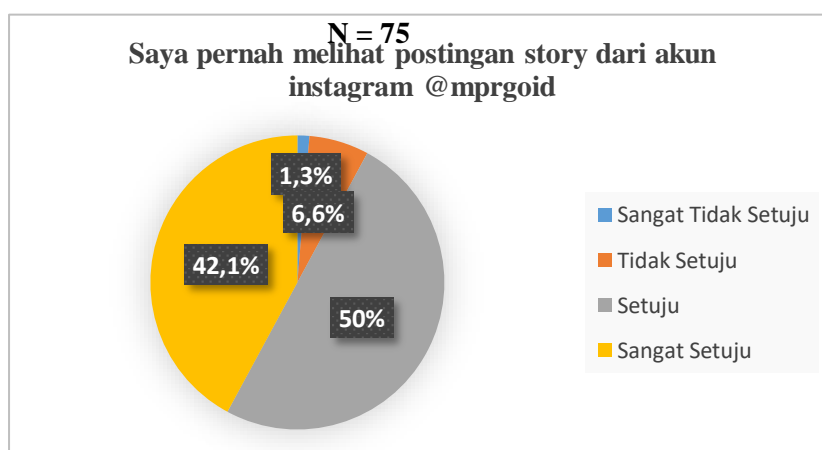
(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4.20, diketahui bahwa sebanyak 28 orang (37,3%) menyatakan sangat setuju, 45 orang (60%) menyatakan setuju, 2 orang (2,7%) responden menyatakan tidak setuju dan 1 (1,3%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 45 orang (60%) menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa Saya suka dengan penataan bahasa yang ada pada caption yang ada pada story dari dari akun instagram @mprgoid

#### 7. Story

**Tabel 4.21**



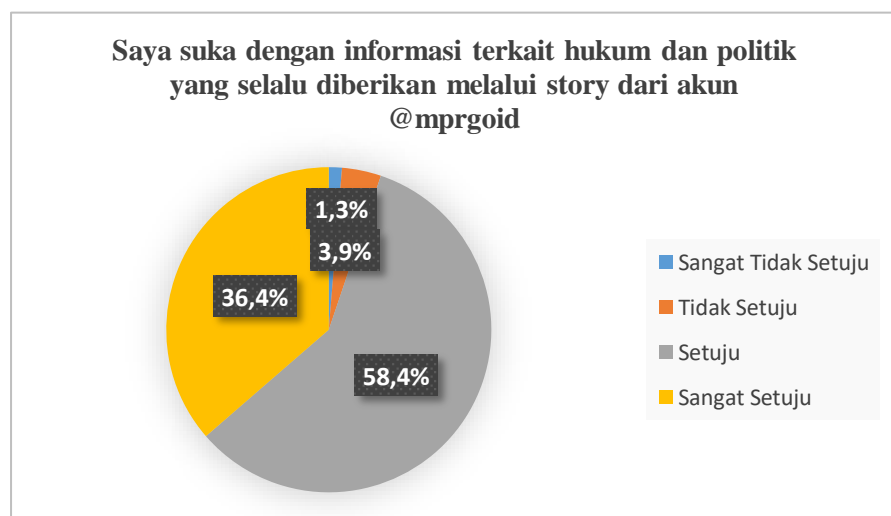
(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4.21, diketahui bahwa sebanyak 32 orang (42,1%) menyatakan sangat setuju, 38 orang (50%) menyatakan setuju, 5 orang (6,6%) responden menyatakan tidak setuju dan 1 (1,3%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu 38 orang (50%) menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa Saya pernah melihat postingan story dari akun instagram @mrgoid

**Tabel 4.22**

**N = 75**



(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4.22, diketahui bahwa sebanyak 28 orang (36,4%) menyatakan sangat setuju, 45 orang (58,4%) menyatakan setuju, 3 orang (3,9%) responden menyatakan tidak setuju dan 1 (1,3%) responden menjawab sangat tidak setuju.

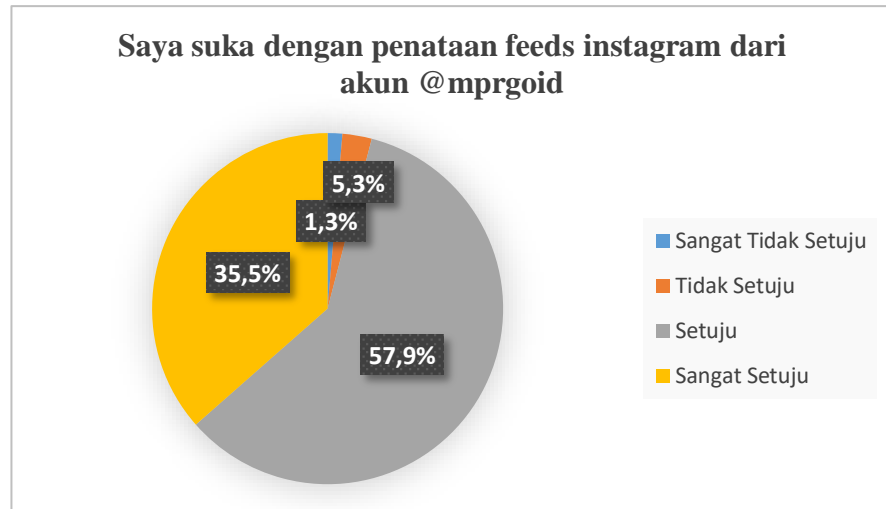
Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu 45 orang (58,4%) menyatakan setuju dengan pernyataan Saya suka dengan informasi terkait hukum dan politik yang selalu diberikan melalui story dari akun @mrgoid

## 8. feeds



**Tabel 4.23**

**N = 75**



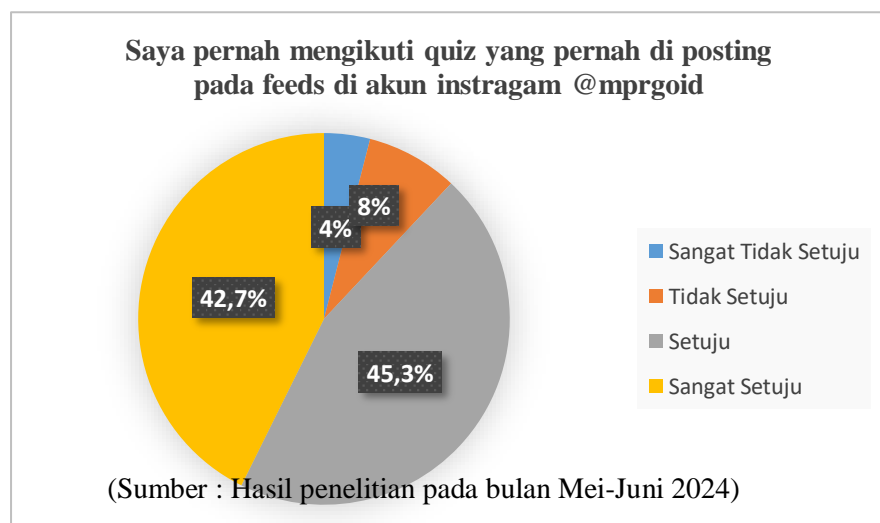
(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4.23, diketahui bahwa sebanyak 27 orang (35,5%) menyatakan sangat setuju, 44 orang (57,9%) menyatakan setuju, 2 orang (5,3%) responden menyatakan tidak setuju dan 1 (1,3%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 44 orang (58,7%) menyatakan setuju dengan pernyataan Saya suka dengan penataan feeds instagram dari akun @mprgoid

**Tabel 4.24**

**N = 75**



Berdasarkan tabel 4.24, diketahui bahwa sebanyak orang 32 (42,7%) menyatakan sangat setuju, 34 orang (45,3%) menyatakan setuju, 6 orang (8%) responden menyatakan tidak setuju dan 3 (4%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu 34 orang (45,3%) menyatakan setuju dengan pernyataan Saya suka dengan penataan feeds instagram dari akun @mprgoid

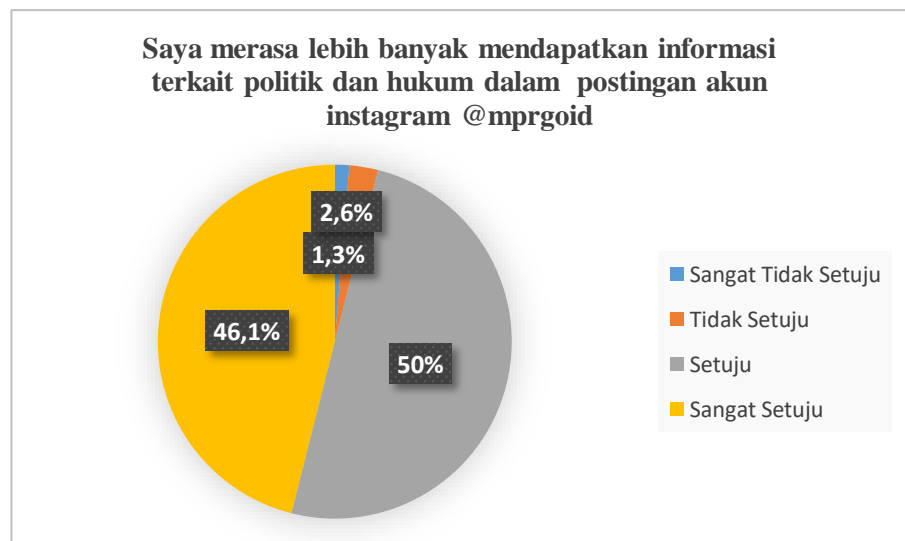
#### 4.2.3 Analisis Pernyataan Variabel Y

Pada variabel (Y) menggunakan 5 (lima) dimensi, yaitu *Enthusiasm*, *Attention*, *Absorption*, *Interaction*, *Identification* yang disusun menjadi 13 item pernyataan dengan hasil sebagai berikut :

##### 1. *Enthusiasm*

**Tabel 4.25**

**N = 75**



(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

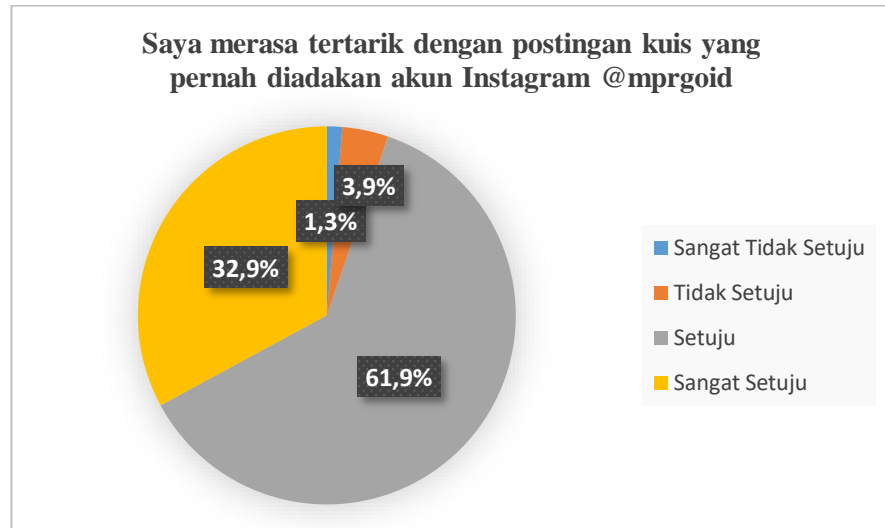
Berdasarkan tabel 4.25, diketahui bahwa sebanyak 35 orang (46,1%) menyatakan sangat setuju, 38 orang (50%) menyatakan setuju, 2 orang (2,6%) responden menyatakan tidak setuju dan 1 (1,3%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 38 orang (50%) menyatakan setuju dengan pernyataan Saya merasa lebih

banyak mendapatkan informasi terkait politik dan hukum dalam postingan akun instagram @mprgoid

**Tabel 4.26**

**N = 75**



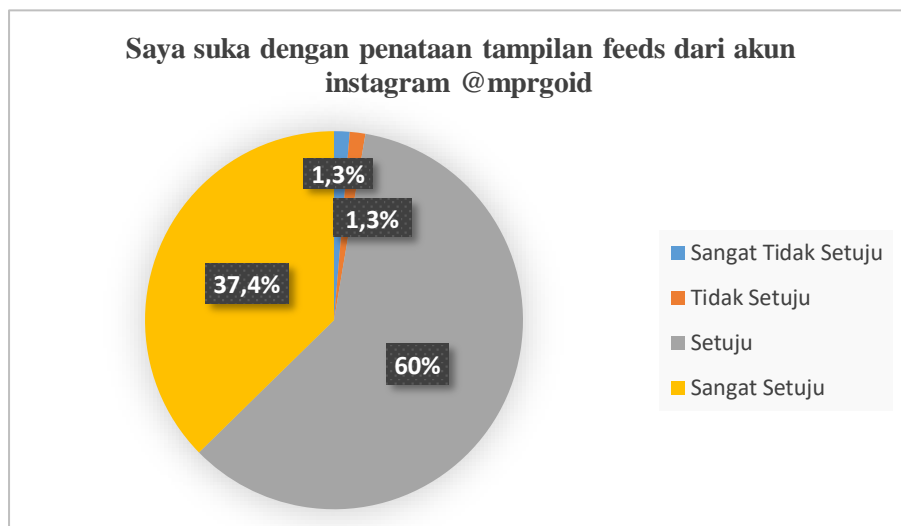
(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4.26, diketahui bahwa sebanyak 25 orang (32,9%) menyatakan sangat setuju, 47 orang (61,9%) menyatakan setuju, 3 orang (3,9%) responden menyatakan tidak setuju dan 1 (1,3%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu 47 orang (61,9%) menyatakan setuju dengan pernyataan Saya merasa tertarik dengan postingan kuis yang pernah diadakan akun Instagram @mprgoid

**Tabel 4.27**

**N = 75**



(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

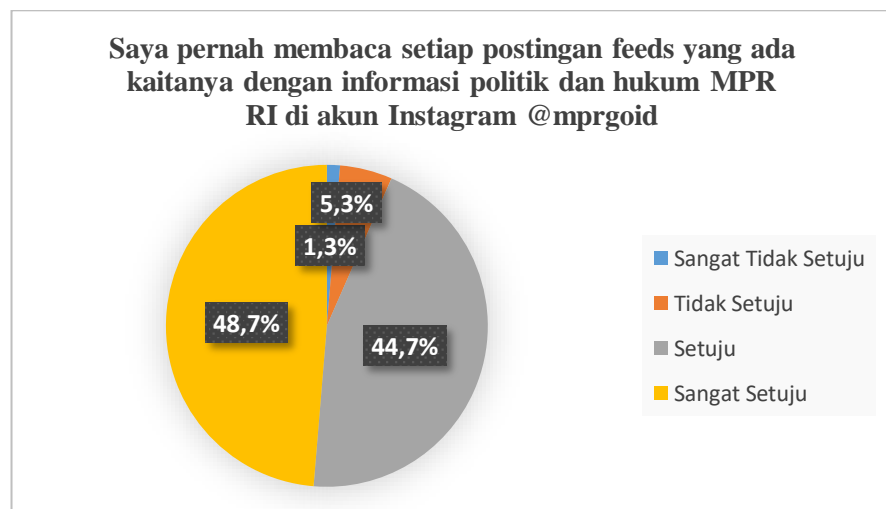
Berdasarkan tabel 4.27, diketahui bahwa sebanyak 28 orang (37,4%) menyatakan sangat setuju, 45 orang (60%) menyatakan setuju, 1 orang (1,3%) responden menyatakan tidak setuju dan 1 (1,3%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu , 45 orang (60%) menyatakan setuju dengan pernyataan Saya suka dengan penataan tampilan feeds dari akun isntagram @mrgoid

## 2. *Attention*

**Tabel 4.28**

N = 75



(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

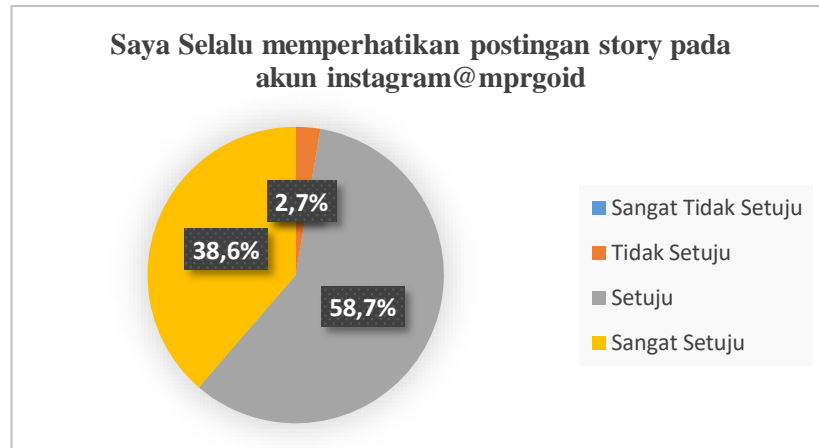
Berdasarkan tabel 4.28, diketahui bahwa sebanyak 37 orang (48,7%) menyatakan sangat setuju, 34 orang (44,7%) menyatakan setuju, 4 orang (5,3%) responden menyatakan tidak setuju dan 1 (1,3%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 37 orang (48,7%) menyatakan setuju dengan pernyataan Saya pernah

membaca setiap postingan feeds yang ada kaitanya dengan informasi politik dan hukum MPR RI di akun Instagram @mprgoid

**Tabel 4.29**

**N = 75**



(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

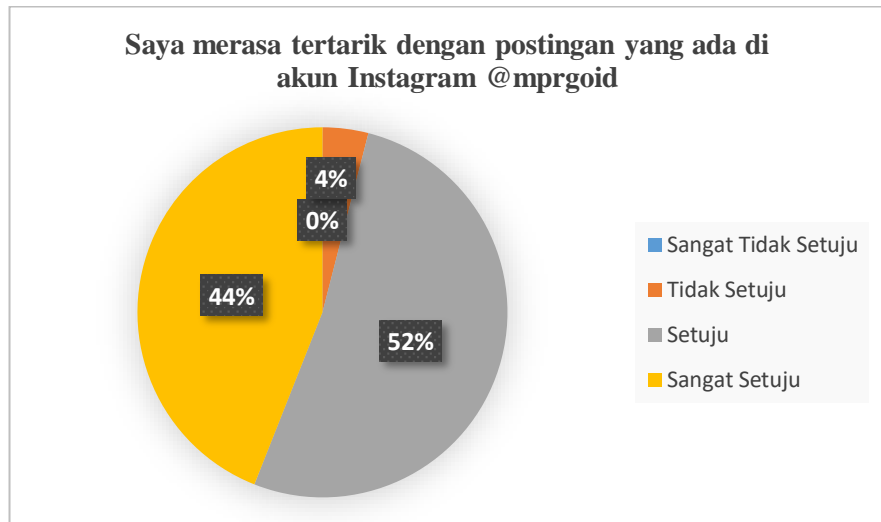
Berdasarkan tabel 4.29, diketahui bahwa sebanyak 29orang (38,6%) menyatakan sangat setuju, 44 orang (58,7%) menyatakan setuju, 2 orang (2,7%) responden menyatakan tidak setuju dan 0 (0 %) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 44 orang (58,7%) menyatakan setuju dengan pernyataan Saya Selalu memperhatikan postingan story pada akun instagram@mprgoid

### 3. Absorption

**Tabel 4.30**

N = 75



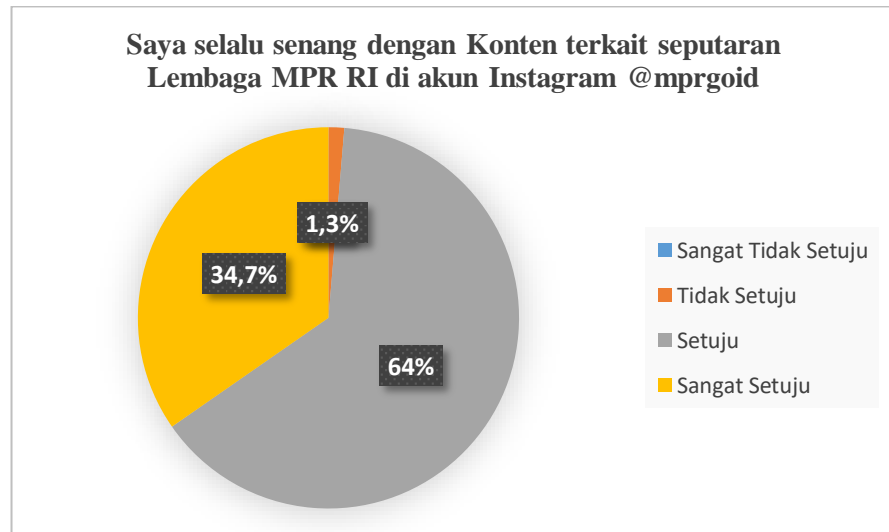
(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4.30, diketahui bahwa sebanyak 33 orang (44%) menyatakan sangat setuju, 39 orang (52%) menyatakan setuju, 3 orang (4%) responden menyatakan tidak setuju dan 0 (0 %) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 39 orang (52%) menyatakan setuju dengan pernyataan Saya merasa tertarik dengan postingan yang ada di akun Instagram @mprgoid

**Tabel 4.31**

**N = 75**



(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

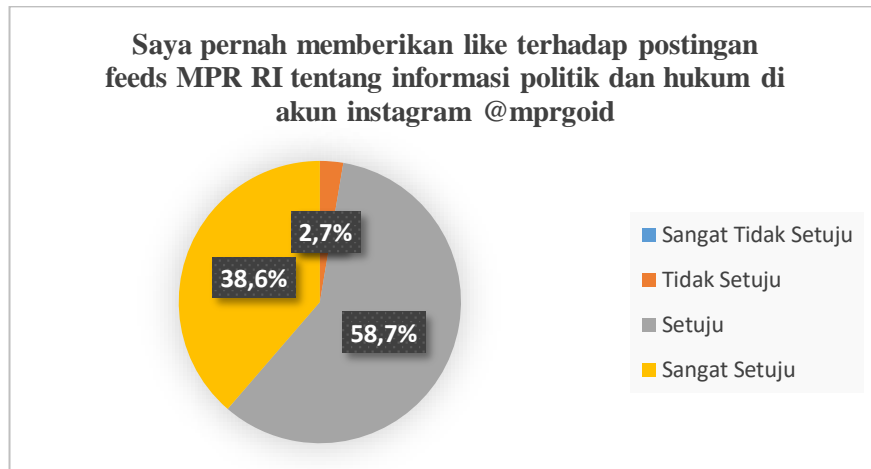
Berdasarkan tabel 4,31 diketahui bahwa sebanyak 26 orang (34,7%) menyatakan sangat setuju, 48 orang (64%) menyatakan setuju, 1 orang (1,3%) responden menyatakan tidak setuju dan 0 (0%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 48 orang (64%) menyatakan setuju dengan pernyataan Saya selalu senang dengan Konten terkait seputaran Lembaga MPR RI di akun Instagram @mrgoid

#### 4. *Interaction*

**Tabel 4.32**

N = 75



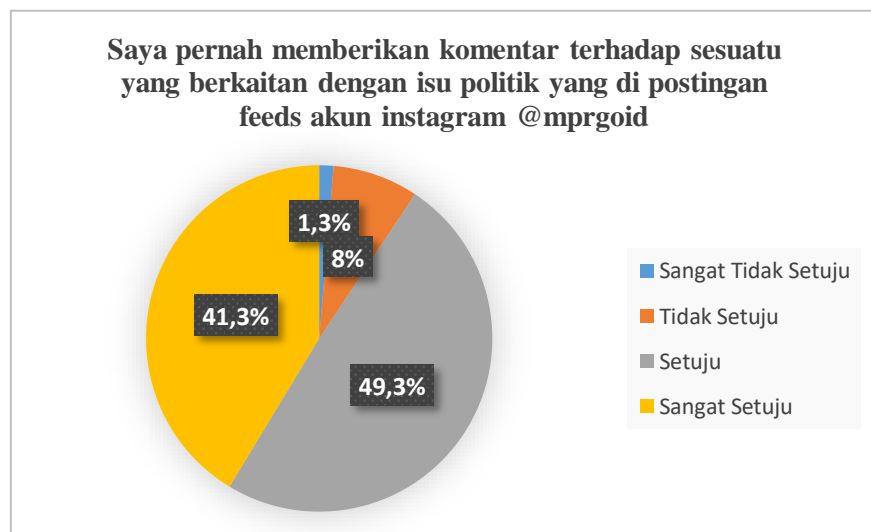
(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4,32 diketahui bahwa sebanyak 29 orang (38,6%) menyatakan sangat setuju, 44 orang (58,7%) menyatakan setuju, 2 orang (2,7%) responden menyatakan tidak setuju dan 0 (0%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 44 orang (58,7%) menyatakan setuju dengan pernyataan Saya pernah memberikan like terhadap postingan feeds MPR RI tentang informasi politik dan hukum di akun instagram @mprgoid

**Tabel 4.33**

N = 75





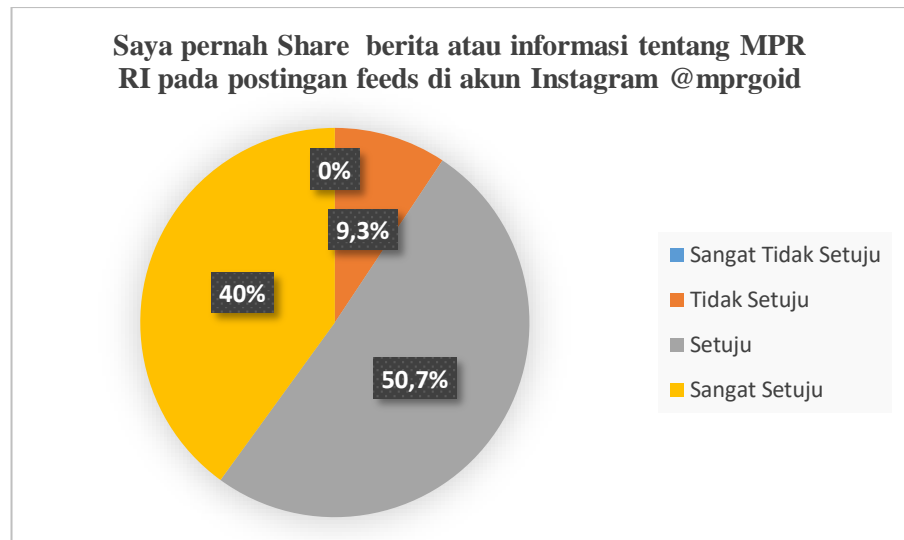
(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4,33 diketahui bahwa sebanyak 31 orang (41,3%) menyatakan sangat setuju, 37 orang (49,3%) menyatakan setuju, 6 orang (8%) responden menyatakan tidak setuju dan 1 (1,3%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 37 orang (49,3%) menyatakan setuju dengan pernyataan Saya pernah memberikan komentar terhadap sesuatu yang berkaitan dengan isu politik yang di postingan feeds akun Instagram @mrgoid

**Tabel 4.34**

**N = 75**



(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4,34 diketahui bahwa sebanyak 30 orang (40%) menyatakan sangat setuju, 38 orang (50,7%) menyatakan setuju, 7 orang (9,3%) responden menyatakan tidak setuju dan 0 (0%) responden menjawab sangat tidak setuju.

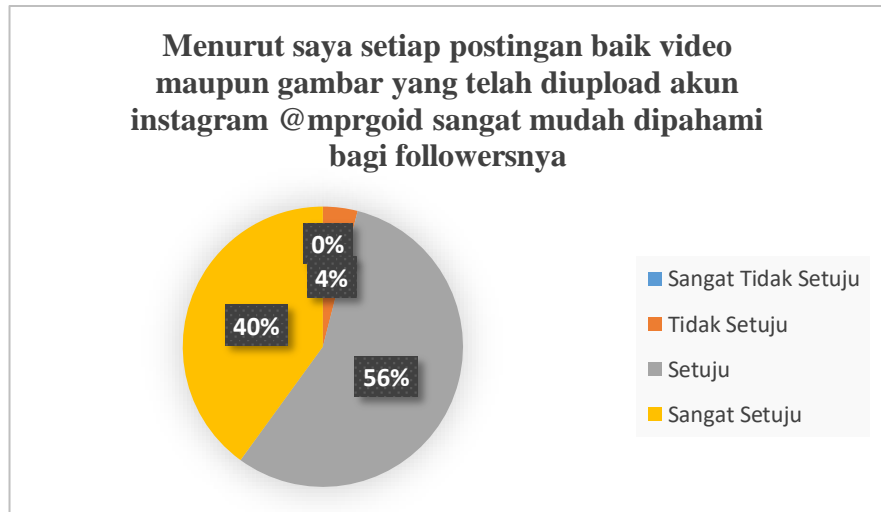
Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 38 orang (50,7%) menyatakan setuju dengan pernyataan Saya pernah Share berita atau informasi tentang MPR RI pada postingan feeds di akun Instagram @mrgoid

5. Identification

Tabel 4.35

**Menurut saya setiap postingan baik video maupun gambar yang telah diupload akun instagram @mprgoid sangat mudah dipahami bagi followersnya**

N = 75



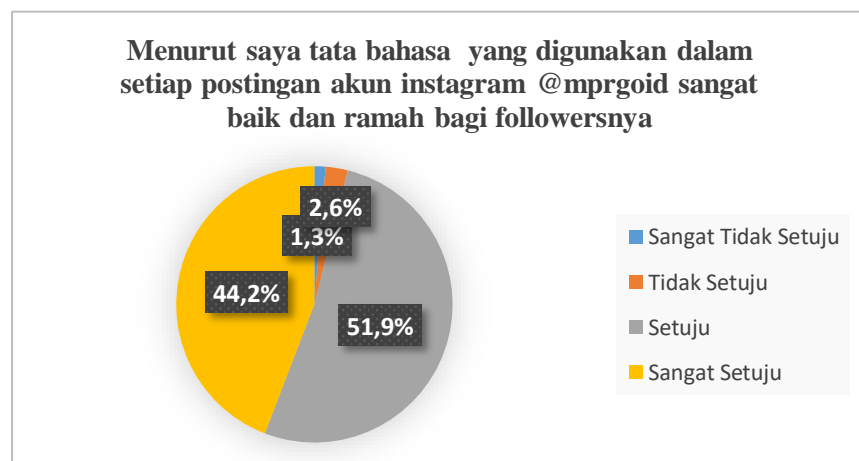
(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4,35 diketahui bahwa sebanyak 30 orang (40%) menyatakan sangat setuju, 42 orang (56%) menyatakan setuju, 3 orang (4%) responden menyatakan tidak setuju dan 0 (0 %) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 42 orang (56%) menyatakan setuju dengan pernyataan Menurut saya setiap postingan baik video maupun gambar yang telah diupload akun instagram @mprgoid sangat mudah dipahami bagi followersnya

Tabel 4.36

N = 75



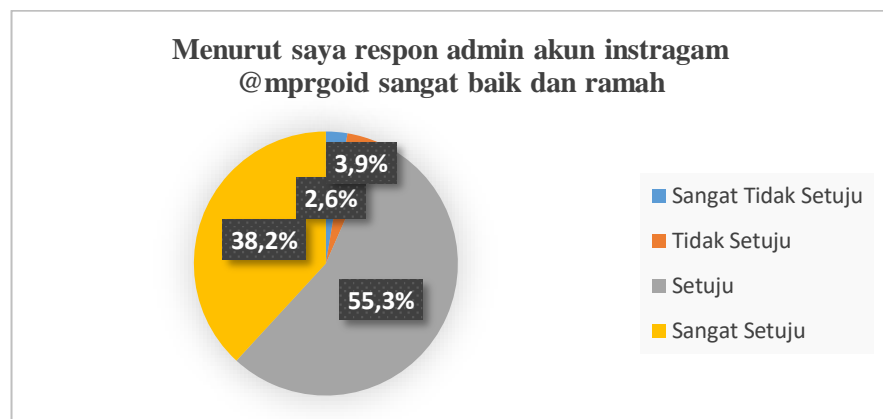
(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4,36 diketahui bahwa sebanyak 34 orang (44,2%) menyatakan sangat setuju, 40 orang (51,9%) menyatakan setuju, 2 orang (2,6%) responden menyatakan tidak setuju dan 1 (1,3%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak , 40 orang (51,9%) menyatakan setuju dengan pernyataan Menurut Menurut saya tata bahasa yang digunakan dalam setiap postingan akun instagram @mrgoid sangat baik dan ramah bagi

**Tabel 4.37**

**N = 75**



(Sumber : Hasil penelitian pada bulan Mei-Juni 2024)

Berdasarkan tabel 4,37 diketahui bahwa sebanyak orang 29 (38,2%) menyatakan sangat setuju, 42 orang (55,3%) menyatakan setuju, 3 orang (3,9%) responden menyatakan tidak setuju dan 2 (2,6%) responden menjawab sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak , 42 orang (55,3%) menyatakan setuju dengan pernyataan Menurut Menurut saya respon admin akun instragam @mrgoid sangat baik dan ramah.

#### **4.2.4 Rekapitulasi Hasil**

Berikut adalah hasil rekapitulasi indikator atau komponen pendukung variabel X, yaitu pengaruh konten sosial media Instagram berdasarkan tabel berikut :

**Tabel 4.38**  
**Rekapitulasi Variabel X**  
**(Konten Sosial Media Instagram)**

No.	Pernyataan	Mean
1.	X1	2,86
2.	X2	3,13
3.	X3	3,46
4.	X4	2,96
5.	X5	3,18
6.	X6	3,06
7.	X7	3,32
8.	X8	3,20
9.	X9	3,32
10.	X10	3,18
11.	X11	3,24
12.	X12	3,24
13.	X13	3,14
14.	X14	3,38
15.	X15	3,38
16.	X16	3,4
17.	X17	3,38
18.	X18	3,33
19.	X19	3,20
<b>Jumlah</b>		<b>61,533</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>3,23</b>

(Sumber : *Output SPSS 24*)

Secara keseluruhan responden menilai bahwa Konten Sosial Media Instagram (X) yaitu cukup tinggi (setuju). Hal ini di tunjukan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada Konten Sosial Media Instagram (X) sebesar 3,23

Berikut ini merupakan rekapitulasi hasil indikator atau komponen pendukung variabel Y yaitu Online Engagement berdasarkan tabel berikut :

**Tabel 4.39**  
**Rekapitulasi Variabel Y**

(Online Angegament)

No.	Pernyataan	Mean
1.	Y1	3,46
2.	Y2	3,29
3.	Y3	3,38
4.	Y4	3,49
5.	Y5	3,37
6.	Y6	3,38
7.	Y7	3,33
8.	Y8	3,38
9.	Y9	3,33
10.	Y10	3,32
11.	Y11	3,36
12.	Y12	3,33
13.	Y13	3,44
<b>Jumlah</b>		<b>43,906</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>3,37</b>

(Sumber : *Ouput* SPSS 24)

Secara keseluruhan penilaian responden terhadap *Online Engagament* cukup tinggi (setuju). Hal ini dapat dilihat dari nilai rata-rata jawaban responden pada *Online Engagament* sebesar 3,37.

#### 4.2.5 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk mendeteksi apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak, salah satunya dapat dilihat dari hasil *Kolmogorov-Smirnov*. Berikut hasil uji normalitas dalam penelitian ini:

**Tabel 4.40**

#### **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,96737050
Most Extreme Differences	Absolute	,107
	Positive	,088
	Negative	-,107
Test Statistic		,107
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Dasar pengujian normalitas yaitu jika nilai residual asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi secara normal, namun jika nilai residual asymp. Sig (2-tailed) lebih kecil dari 0,05 maka data tidak berdistribusi secara normal. Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa hasil uji normalitas menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S)* menunjukkan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,200. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang telah diolah sudah terdistribusi normal.

#### 4.2.5 Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis uji regresi dilakukan untuk memperoleh gambaran bpengaruh variabel Independen (X) yaitu Konten Sosial Media Instagram terhadap variabel dependen (Y) yaitu Online Engagement. Berikut adalah data hasil pengolahan SPSS 24 *for windows*

**Tabel 4.41**  
**Model Summary**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,457 <sup>a</sup>	,209	,198	4,338
a. Predictors: (Constant), Konten Sosial media Instagram				

(Sumber : *Output SPSS 24*)

Analisis regresi yang dilakukan pada bagian ini adalah regresi linier sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independent (X) dengan satu variabel dependen ((Y). R disebut juga sebagai koefisien korelasi, maka dapat dibaca nilai R atau koefisien korelasi antara variabel pengaruh Konten Sosial Media Instagram terhadap Online Engagement sebesar 0,457 yaitu diantara 0,40-0,599 yang artinya hubungan atau korelasi antara variable Konten Sosial Media Instagram berpengaruh sedang atau cukup terhadap Online Angagemnt.

1. 0,00 – 0,199 artinya sangat rendah atau lemah sekali
2. 0,20 – 0,399 artinya rendah atau lemah
3. 0,40 – 0,599 artinya sedang atau cukup
4. 0,60 – 0,799 artinya tinggi atau kuat
5. 0,80 – 1,00 artinya sangat tinggi atau sangat kuat

Sedangkan R square disebut juga koefisien determinasi, dapat dibaca bahwa nilai R square menunjukkan angka 0,209. Angka tersebut diartikan bahwa Online Engagement yang disebabkan pengaruh Konten Sosial Media Instagram adalah sebesar 45,7%, sementara sisanya 54,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

**Tabel 4.42**

**ANOVA**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

1	Regression	363,578	1	363,578	19,318	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1373,942	73	18,821		
	Total	1737,520	74			

a. Dependent Variable: Online Engagement

b. Predictors: (Constant), Konten Sosial media Instagram

(Sumber : Output SPSS 24)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai uji ANOVA yaitu nilai F sebesar 19,318 dengan nilai signifikansi 0,00 karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,10 yaitu  $0,00 < 0,10$  maka dapat diartikan bahwa variabel Konten Sosial Media Instagram berpengaruh terhadap Online Engagement.

Untuk dapat digunakan sebagai model regresi dalam memprediksi variabel terikat, maka angka probabilitas atau (sig) harus  $< 0,10$ . Karena angka probabilitas (sig)  $0,00 < 0,10$  maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi Pengaruh Konten Sosial Media Instagram Terhadap Online Engagement.

**Tabel 4.43**

**Coefficients**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30,416	3,113		9,771	,000
	Konten Sosial media Instagram	,223	,051	,457	4,395	,000

a. Dependent Variable: Online Engagement

(Sumber : Output SPSS 24)

Berdasarkan tabel di atas dapat dibuat tabel persamaan regresi, sebagai berikut :

$$Y = a + Bx$$

$$Y = 30,416 + 0,223x$$

Keterangan :

Y = Online Engagement

X = Konten Sosial Media Instagram

a = nilai konstan dari Unstandardized Coefficients. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 30,416



b = nilai koefisien regresi. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 0,223

Berdasarkan model diatas, maka diperoleh jika = 1, Hal ini ditunjukkan sebagai berikut :

$$Y = 30,416 + 0,223 X$$

$$Y = 30,416 + 0,223 (1)$$

$$Y = 30,639$$

Artinya setiap peningkatan Variabel Independen (X) sebesar 1, akan meningkatkan Pengambilan Online Engagement sebesar 30,639.

#### **4.2.6 Uji Hipotesis**

Untuk mengetahui pengaruh atau signifikansi dari hasil penelitian terkait variabel X dengan variabel Y yang telah didapat makan untuk dilakukan uji hipotesis.

Maka dengan demikian :

Jika t hitung > t-tabel Ho ditolak Ha diterima (ada pengaruh)

Jika t hitung < t-tabel Ho diterima Ha ditolak (tidak ada pengaruh)

$$n = 75$$

$$a = 0,1$$

$$k = 1$$

$$t \text{ tabel} = (a/2; n-k-1)$$

$$t \text{ tabel} = ( 0,05 ; 73)$$

Maka t tabel = angka 0,05 ; 72 ditemukan nilai t tabel sebesar 1,669. Sedangkan hitung berdasarkan tabel 4.41 yaitu sebesar 4,395. Didapat nilai t hitung (4,395) > t-tabel (1,669) dengan nilai signifikasi a = 0,1 hal ini menunjukkan ada pengaruh antara Konten Sosial Media Instagram (X) yang berarti secara signifikan terhadap Online Engagement @mrgoid (Y). Karena nilai t hitung > t tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima, yang berarti ada pengaruh secara signifikan antara Konten Sosial Media Instagram Terhadap Online Engagement di Instagram @mrgoid.

#### **4.3 Hasil Pembahasan Penelitian**

Pada penelitian ini membahas dua variabel yaitu pengaruh *Konten Social media* Instagram (*Independent*) pada instagram terhadap *Online Angegament*

konsumenten (*Dependent*). Pada penelitian ini telah dilakukannya uji validitas dan uji reliabilitas pada kedua variabel yang bertujuan untuk mengetahui valid dan reliabel pernyataan dari kedua variabel tersebut. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan konsistensi alat ukur tersebut. Hasil dari kedua uji ini menunjukkan bahwa seluruh item dalam variabel konten media sosial Instagram dan online engagement memiliki nilai alpha  $> 0.323$  yang berarti valid dan reliabel.

### **1. Konten Social media Instagram pada followers Instagram @mrgoid**

Untuk mengetahui pengaruh konten Instagram terhadap online engagement, dilakukan analisis regresi linier. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara konten media sosial Instagram dan online engagement. Nilai F sebesar 19,318 dengan signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan secara statistik. Artinya, variasi dalam keterlibatan online dapat dijelaskan oleh variasi dalam konten media sosial Instagram. Selain itu, nilai t hitung sebesar 4,395 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,669 memperkuat hasil ini, menunjukkan bahwa pengaruh konten Instagram terhadap keterlibatan online bukanlah hasil dari kebetulan semata.

Dari analisis regresi linier, diketahui bahwa setiap peningkatan satu unit dalam variabel konten media sosial Instagram akan meningkatkan keterlibatan online sebesar 0,223 unit. Angka ini menunjukkan bahwa konten yang lebih baik dan lebih relevan dapat meningkatkan keterlibatan pengikut secara signifikan. Misalnya, konten yang mengundang interaksi, seperti pertanyaan kepada pengikut, konten interaktif, dan informasi menarik tentang kegiatan legislatif MPR RI, terbukti efektif dalam meningkatkan tingkat keterlibatan.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis yang penting bagi pengelola akun Instagram MPR RI. Strategi konten yang efektif harus mencakup penggunaan visual yang menarik, informasi yang relevan, dan interaksi langsung dengan pengikut. Pengelola akun disarankan untuk terus memantau dan mengevaluasi kinerja konten mereka dengan menggunakan

metrik kinerja sosial media, seperti jumlah like, komentar, dan share. Dengan memanfaatkan data analitik, pengelola akun dapat menyesuaikan strategi konten mereka untuk lebih baik memenuhi kebutuhan dan minat pengikut mereka, sehingga dapat meningkatkan partisipasi dan keterlibatan masyarakat.

Lebih lanjut, teori yang dikemukakan oleh Boyd (2009) tentang kekuatan user-generated content (UGC) dan Shirky (2008) tentang alat untuk berbagi dan berkolaborasi di antara pengguna, relevan dengan temuan ini. Konten seperti IG TV, Stories, dan fitur interaktif lainnya memang terbukti mampu meningkatkan engagement pengguna secara signifikan. Sebagai contoh, teori Boyd (2009) menyatakan bahwa konten yang dihasilkan pengguna memiliki potensi besar untuk menciptakan keterlibatan dan interaksi sosial yang lebih dalam di media sosial.

Kerangka konsep yang dijelaskan di Bab 2 menunjukkan bahwa berbagai jenis konten di Instagram (variabel X) seperti follow, komentar, like, IG TV, caption, feed, dan Instagram Stories, semuanya memiliki peran dalam mempengaruhi proses Online Engagement (variabel Y) yang mencakup dimensi enthusiasm, attention, absorption, interaction, dan identification. Misalnya, IG Stories yang bersifat temporer dan interaktif cenderung menarik perhatian lebih besar dari pengguna, sesuai dengan teori engagement yang menyatakan bahwa konten dinamis dan sementara dapat meningkatkan tingkat keterlibatan pengguna.

#### **1 *Online Angegament pada followers akun Instgram @mprgoid***

Hasil penelitian ini konsisten dengan teori yang ada. Teori interaksi sosial yang dijelaskan oleh Boyd (2009) menyatakan bahwa interaksi dua arah di media sosial, seperti komentar dan like, dapat meningkatkan keterlibatan pengguna. Data penelitian ini menunjukkan bahwa fitur komentar memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat engagement, yang mendukung teori tersebut. Selain itu, teori engagement online oleh Shirky (2008) juga mendukung temuan bahwa konten visual dan interaktif, seperti IG TV dan Stories, mampu menarik lebih banyak perhatian dan keterlibatan pengguna dibandingkan dengan konten statis.

Meskipun sebagian besar hasil mendukung teori yang ada, terdapat beberapa perbedaan yang perlu dicatat. Misalnya, teori Boyd (2009) menyatakan bahwa video konten biasanya lebih menarik perhatian pengguna dibandingkan dengan gambar statis. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada beberapa kasus, postingan gambar mendapatkan lebih banyak like dan komentar dibandingkan dengan video. Hal ini mungkin disebabkan oleh karakteristik audiens spesifik dari akun Instagram @mprgoid yang mungkin lebih tertarik pada konten visual yang cepat dan mudah dikonsumsi dibandingkan dengan video yang membutuhkan waktu lebih lama untuk ditonton.

Bagi pengelola akun Instagram @mprgoid, temuan ini memiliki implikasi praktis yang penting. Strategi konten yang menekankan pada penggunaan fitur interaktif seperti IG Stories, IG TV, dan fitur komentar dapat meningkatkan tingkat engagement pengguna. Disarankan agar pengelola akun secara konsisten mengunggah konten yang tidak hanya informatif tetapi juga interaktif, untuk mendorong pengguna berpartisipasi secara aktif melalui komentar, like, dan share. Selain itu, penggunaan caption yang menarik dan menantang pengguna untuk berinteraksi juga dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan engagement.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa konten media sosial yang dirancang dengan baik dapat secara signifikan meningkatkan keterlibatan online. Temuan ini dapat menjadi panduan bagi lembaga publik lainnya dalam merancang strategi konten media sosial yang efektif untuk mencapai tujuan komunikasi mereka dan meningkatkan partisipasi publik. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan tentang pengelolaan konten media sosial, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan transparansi dan partisipasi dalam proses demokrasi.

### **3. Pengaruh *Konten Social media* Instagram MPR RI Terhadap *Online Angegament* (Survei Pada Followers Akun Instagram @mprgoid).**

Untuk membuktikan adanya pengaruh *Konten Social media* Instagram @mprgoid. terhadap *Online Angegament* maka dilakukanlah uji hipotesis

terdapat pada analisis regresi linear sederhana yaitu uji t. Kriteria pengujian sebagai persyaratan hipotesis diterima yaitu nilai t-hitung > t-tabel. Berdasarkan hasil perhitungan dari penelitian ini didapatkan bahwa nilai t-hitung (4,395) > t-tabel (1,669), dengan demikian didapatkan bahwa terdapat pengaruh antara *Konten Social media* Instagram di @mrgoid terhadap Online Angegament.

Berdasarkan perhitungan uji regresi linear sederhana, didapatkan kuatnya pengaruh dapat dilihat dari nilai R yang disebut juga sebagai koefisien korelasi. Didapatkan hasil nilai R atau korelasi antara variabel *Konten Social media Instagram* di instagram terhadap Online Angegament sebesar 0,457 yang berarti bahwa korelasi atau hubungan antara variabel *Konten Social media Instagram* dengan *Online Angegament* sedang atau cukup.

Nilai R square menunjukkan angka 0,209. Angka tersebut diartikan bahwa Online Engagement yang disebabkan pengaruh Konten Sosial Media Instagram adalah sebesar 45,7%, sementara sisanya 54,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

