

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian**



**Gambar 4.1 Logo DPR RI**

(Sumber : <https://www.dpr.go.id/>)

Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) merupakan lembaga legislatif tingkat nasional yang memiliki peran penting dalam sistem pemerintahan Indonesia. DPR RI beranggotakan wakil-wakil rakyat yang dipilih melalui pemilihan umum, mewakili berbagai partai politik dan daerah pemilihan di seluruh nusantara. Sebagai salah satu dari tiga cabang kekuasaan negara, DPR RI memiliki tiga fungsi utama: legislasi, anggaran, dan pengawasan. Fungsi legislasi melibatkan perumusan dan pengesahan undang-undang bersama Presiden, fungsi anggaran berkaitan dengan persetujuan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), sementara fungsi pengawasan dijalankan untuk memastikan bahwa kebijakan dan pelaksanaan pemerintah sesuai dengan undang-undang.

DPR RI juga berperan dalam mengawasi kinerja pemerintah serta dalam hal diplomasi parlementer, yang bertujuan memperkuat posisi Indonesia di dunia internasional. Sebagai institusi yang berada di garis depan dalam proses demokrasi Indonesia, DPR RI terus berupaya untuk menjaga transparansi, akuntabilitas, dan responsibilitas dalam menjalankan tugasnya.

Dalam era digital ini, DPR RI semakin mengadopsi teknologi dan media sosial untuk mendekatkan diri kepada masyarakat, salah satunya melalui akun Instagram resmi, @dpr\_ri, yang berfungsi sebagai sarana komunikasi publik dan alat untuk membangun citra positif lembaga.



**Gambar 4.1 Akun Instagram @dpr\_ri**

(sumber : [https://www.instagram.com/dpr\\_ri](https://www.instagram.com/dpr_ri))

Akun Instagram resmi DPR RI, @dpr\_ri, adalah salah satu platform komunikasi digital yang digunakan oleh DPR RI untuk berinteraksi dengan masyarakat, menyampaikan informasi, dan meningkatkan transparansi lembaga kepada publik. Akun ini dikelola oleh tim humas dan komunikasi DPR RI yang bertanggung jawab untuk mempublikasikan berbagai konten terkait aktivitas DPR, seperti sidang, rapat komisi, diskusi, hingga kegiatan anggota DPR di lapangan. Selain itu, akun ini juga menyajikan konten edukatif tentang fungsi dan peran DPR RI, serta berbagai infografis yang memudahkan masyarakat memahami isu-isu yang sedang dibahas di parlemen.

Konten yang disajikan di akun @dpr\_ri dirancang menarik dan informatif, dengan memanfaatkan berbagai format seperti foto, video, IGTV, serta Instagram *Stories*. Dengan visual yang menarik dan pesan yang jelas,

akun ini berupaya untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, terutama generasi muda yang aktif di media sosial. Selain itu, akun ini juga membuka ruang interaksi melalui kolom komentar, Direct Message, serta sesi tanya jawab langsung (*live*) yang memungkinkan masyarakat untuk bertanya langsung kepada anggota DPR atau mendapatkan penjelasan mengenai isu tertentu.

Akun @dpr\_ri berfungsi tidak hanya sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan transparan dengan publik. Melalui *Cyber Public Relations*, akun ini menjadi jembatan antara DPR RI dan masyarakat, memungkinkan lembaga legislatif ini untuk lebih responsif terhadap kebutuhan dan masukan dari masyarakat. Keberadaan akun Instagram ini menjadi salah satu upaya DPR RI dalam menjaga kredibilitas dan memperkuat kepercayaan publik terhadap institusi legislatif.

## 4.2. Hasil Penelitian

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 67 responden yang ditentukan berdasarkan rumus Slovin dengan karakteristik *followers* akun Instagram @dpr\_ri dan pernah berkomentar dalam 3 postingan dengan like terbanyak pada 1 Juli – 10 Juli 2024. Berdasarkan kuesioner online yang telah disebarakan maka dapat dijabarkan karakteristik yang telah ditetapkan sebagai berikut :

### 4.2.1. Identitas Responden

#### a. Jenis Kelamin

**Tabel 4.1. Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Laki-laki	27	40,3%
Perempuan	40	59,7%
<b>Jumlah</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Perhitungan Tahun 2024

Berdasarkan data tabel diatas dari keseluruhan responden sebanyak 67 orang dengan persentase 100%. Dapat diketahui bahwa responden laki-laki sebanyak 27 orang dengan persentase 40,3%, sedangkan responden perempuan terdapat 40 orang dengan persentase 57,7%. Dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden perempuan lebih mendominasi dibandingkan laki-laki.

#### b. Usia

**Tabel 4.2. Usia**

Usia	Frekuensi	Persentase
18 Tahun- 24 Tahun	14	20,9%
25 Tahun – 34 Tahun	35	52,2%
35 Tahun – 44 Tahun	18	26,9%
Diatas 55 Tahun	-	-
<b>Jumlah</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2024

Berdasarkan data tabel usia diatas, dari seluruh reponden sebanyak 67 orang dengan persentase 100%. Dapat diketahui responden dengan usia 18 – 24 tahun terdapat 14 orang dengan persentase 20,9%, usia 25 – 34 tahun terdapat 35 orang dengan persentase 52,2%, usia 35 – 44 tahun terdapat 18 orang dengan persentase 26,9%. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa responden dengan usia 25 – 34 tahun mendominasi dari keseluruhan responden.

#### c. Pekerjaan

**Tabel 4.3. Pekerjaan**

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Mahasiswa	15	22,4%
Pegawai Negeri	17	25,4%
Karyawan Swasta	15	22,4%
Lainnya	20	29,8%
<b>Jumlah</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2024

Berdasarkan data tabel pekerjaan diatas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100%. Dapat diketahui responden yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa terdapat 15 orang dengan persentase 22,4 %, pegawai negeri terdapat 17 orang dengan persentase 25,4%, karyawan swasta terdapat 15 orang dengan persentase 22,4%, responden yang memiliki pekerjaan selain dari kategori diatas terdapat 20 orang dengan persentase 29,8%. Dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden yang memiliki pekerjaan selain kategori (lainnya) lebih mendominasi dari kategori responden lainnya.

#### 4.3. Pernyataan Variabel X (*Cyber Public Relations*)

Data kuesioner yang telah dibagikan kepada responden terdapat 8 butir pernyataan digunakan untuk menganalisis pengaruh *cyber public relations* DPR RI yang diukur dari variabel *cyber public relations* (X).

##### 4.3.1. *Transparancy*

**Tabel 4.4.**

**DPR RI secara rutin memberikan informasi yang jelas dan terbuka melalui akun Instagram @dpr\_ri**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	25	37,3%
Setuju	29	43,3%
Netral	10	14,9%
Tidak Setuju	3	4,5%
Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2024

Pada tabel diatas yang berisi pernyataan nomor 1 dengan jumlah responden keseluruhan pada penelitian ini sebanyak 67 orang dengan persentase 100%. Berdasarkan tabel pernyataan nomor 1, menunjukkan bahwa sebanyak 25 orang dengan persentase 37,3% menyatakan sangat setuju, 29 orang dengan persentase 43,3 % menyatakan setuju, 10 orang dengan persentase 14,9% menyatakan netral, 3 orang dengan persentase 4,5% menyatakan tidak setuju. Dari hasil data tersebut maka dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa DPR RI secara rutin memberikan informasi yang jelas dan terbuka melalui akun Instagram @dpr\_ri.

**Tabel 4.5.**

**Informasi yang disampaikan oleh akun @dpr\_ri dapat dipercaya dan diverifikasi.**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	16	23,9%
Setuju	29	43,3%
Netral	19	28,4%
Tidak Setuju	3	4,5%
Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2024

Pada tabel diatas yang berisi pernyataan nomor 2 dengan jumlah responden keseluruhan pada penelitian ini sebanyak 67 orang dengan persentase 100%. Berdasarkan tabel pernyataan nomor 2, menunjukkan bahwa sebanyak 25 orang dengan persentase 37,3% menyatakan sangat setuju, 29 orang dengan persentase 43,3% menyatakan setuju, 10 orang dengan persentase 14,9% menyatakan netral, 3 orang dengan persentase 4,5% menyatakan tidak setuju. Dari hasil data tersebut maka dapat

disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa Informasi yang disampaikan oleh akun @dpr\_ri dapat dipercaya dan diverifikasi.

#### 4.3.2. *Internet Porosity*

**Tabel 4.6.**

**Akun Instagram @dpr\_ri memudahkan akses publik terhadap informasi penting terkait DPR RI**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	6	9%
Setuju	27	40,3%
Netral	18	26,9%
Tidak Setuju	16	23,9%
Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2024

Pada tabel diatas yang berisi pernyataan nomor 3 dengan jumlah responden keseluruhan pada penelitian ini sebanyak 67 orang dengan persentase 100%. Berdasarkan tabel pernyataan nomor 3, menunjukan bahwa sebanyak 6 orang dengan persentase 9% menyatakan sangat setuju, 27 orang dengan persentase 40,3 % menyatakan setuju, 18 orang dengan persentase 26,9% menyatakan netral, 16 orang dengan persentase 23,9% menyatakan tidak setuju. Dari hasil data tersebut maka dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa Akun Instagram @dpr\_ri memudahkan akses publik terhadap informasi penting terkait DPR RI.

**Tabel 4.7.**  
**Informasi yang dibagikan oleh akun @dpr\_ri tersedia dalam berbagai format untuk memudahkan pemahaman**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	11	16,4%
Setuju	35	52,2%
Netral	13	19,4%
Tidak Setuju	8	11,9%
Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2024

Pada tabel diatas yang berisi pernyataan nomor 4 dengan jumlah responden keseluruhan pada penelitian ini sebanyak 67 orang dengan persentase 100%. Berdasarkan tabel pernyataan nomor 4, menunjukkan bahwa sebanyak 11 orang dengan persentase 16,4% menyatakan sangat setuju, 35 orang dengan persentase 52,2% menyatakan setuju, 13 orang dengan persentase 19,4% menyatakan netral, 8 orang dengan persentase 11,9% menyatakan tidak setuju. Dari hasil data tersebut maka dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa Informasi yang dibagikan oleh akun @dpr\_ri tersedia dalam berbagai format untuk memudahkan pemahaman.

#### **4.3.3. *The Internet as An Agent***

**Tabel 4.8.**  
**Melalui akun Instagram, DPR RI berusaha membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	15	22,4%

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Setuju	43	64,2%
Netral	5	7,5%
Tidak Setuju	4	6%
Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2024

Pada tabel diatas yang berisi pernyataan nomor 5 dengan jumlah responden keseluruhan pada penelitian ini sebanyak 67 orang dengan persentase 100%. Berdasarkan tabel pernyataan nomor 5, menunjukan bahwa sebanyak 15 orang dengan persentase 22,4% menyatakan sangat setuju, 43 orang dengan persentase 62,2 % menyatakan setuju, 5 orang dengan persentase 7,5% menyatakan netral, 4 orang dengan persentase 6% menyatakan tidak setuju. Dari hasil data tersebut maka dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa Melalui akun Instagram, DPR RI berusaha membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat.

**Tabel 4.9.**

**Akun @dpr\_ri digunakan untuk menginformasikan kebijakan-kebijakan baru yang sedang dibahas di DPR**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	3	4,5%
Setuju	21	31,3%
Netral	31	46,3%
Tidak Setuju	11	16,4%
Sangat Tidak Setuju	1	1,5%

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
<b>Jumlah</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2024

Pada tabel diatas yang berisi pernyataan nomor 6 dengan jumlah responden keseluruhan pada penelitian ini sebanyak 67 orang dengan persentase 100%. Berdasarkan tabel pernyataan nomor 6, menunjukan bahwa sebanyak 3 orang dengan persentase 4,5% menyatakan sangat setuju, 21 orang dengan persentase 31,3% menyatakan setuju, 31 orang dengan persentase 46,3% menyatakan netral, 11 orang dengan persentase 16,4% menyatakan tidak setuju, dan 1 orang dengan persentase 1,5% menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil data tersebut maka dapat disimpulkan mayoritas responden Netral bahwa Akun @dpr\_ri digunakan untuk menginformasikan kebijakan-kebijakan baru yang sedang dibahas di DPR.

#### 4.3.4. *Richness In Content and Reach*

**Tabel 4.10.**

**Akun Instagram @dpr\_ri menyediakan berbagai jenis konten yang informatif, seperti foto, video, dan infografis**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	4	6%
Setuju	21	31,3%
Netral	28	41,8%
Tidak Setuju	14	20,9%
Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2024

Pada tabel diatas yang berisi pernyataan nomor 7 dengan jumlah

responden keseluruhan pada penelitian ini sebanyak 67 orang dengan persentase 100%. Berdasarkan tabel pernyataan nomor 7, menunjukkan bahwa sebanyak 4 orang dengan persentase 6% menyatakan sangat setuju, 21 orang dengan persentase 31,3% menyatakan setuju, 28 orang dengan persentase 41,8% menyatakan netral, 14 orang dengan persentase 20,9% menyatakan tidak setuju. Dari hasil data tersebut maka dapat disimpulkan mayoritas responden Netral bahwa Akun Instagram @dpr\_ri menyediakan berbagai jenis konten yang informatif, seperti foto, video, dan infografis.

**Tabel 4.11.**

**Akun @dpr\_ri memiliki jangkauan yang luas dan dapat diakses oleh masyarakat dari berbagai kalangan.**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	4	6%
Setuju	24	35,8%
Netral	26	38,8%
Tidak Setuju	12	17,9%
Sangat Tidak Setuju	1	1,5%
<b>Jumlah</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2024

Pada tabel diatas yang berisi pernyataan nomor 8 dengan jumlah responden keseluruhan pada penelitian ini sebanyak 67 orang dengan persentase 100%. Berdasarkan tabel pernyataan nomor 8, menunjukkan bahwa sebanyak 4 orang dengan persentase 6% menyatakan sangat setuju, 24 orang dengan persentase 35,8% menyatakan setuju, 26 orang dengan persentase 38,8% menyatakan netral, 12 orang dengan persentase 17,9% menyatakan tidak setuju, dan 1 orang dengan persentase 1,5% menyatakan tidak setuju. Dari hasil data tersebut maka

dapat disimpulkan mayoritas responden Netral bahwa Akun @dpr\_ri memiliki jangkauan yang luas dan dapat diakses oleh masyarakat dari berbagai kalangan.

#### 4.4. Pernyataan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Variabel Y)

Data kuesioner yang telah dibagikan kepada responden terdapat 8 butir pernyataan digunakan untuk menganalisis pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun Instagram @dpr\_ri yang diukur dari variabel kebutuhan informasi (Y).

##### 4.4.1. Current Need Approach

**Tabel 4.12.**

**Akun Instagram @dpr\_ri secara efektif menyediakan informasi terbaru terkait kebijakan atau keputusan penting yang diambil oleh DPR RI**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	16	23,9%
Setuju	49	73,1%
Netral	2	3%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2024

Pada tabel diatas yang berisi pernyataan nomor 1 dengan jumlah responden keseluruhan pada penelitian ini sebanyak 67 orang dengan persentase 100%. Berdasarkan tabel pernyataan nomor 1, menunjukkan bahwa sebanyak 16 orang dengan persentase 23,9% menyatakan sangat setuju, 49 orang dengan persentase 73,1% menyatakan setuju, dan 2 orang dengan persentase 3% menyatakan netral. Dari hasil data tersebut maka dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa Akun

Instagram @dpr\_ri secara efektif menyediakan informasi terbaru terkait kebijakan atau keputusan penting yang diambil oleh DPR RI.

**Tabel 4.13.**

**Mendapatkan informasi yang aktual dan relevan dengan isu-isu terkini yang saya butuhkan dari akun Instagram @dpr\_ri**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	16	23,8%
Setuju	41	61,2%
Netral	6	9%
Tidak Setuju	4	6%
Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2024

Pada tabel diatas yang berisi pernyataan nomor 2 dengan jumlah responden keseluruhan pada penelitian ini sebanyak 67 orang dengan persentase 100%. Berdasarkan tabel pernyataan nomor 2, menunjukkan bahwa sebanyak 16 orang dengan persentase 23,9% menyatakan sangat setuju, 41 orang dengan persentase 61,2% menyatakan setuju, dan 6 orang dengan persentase 9% menyatakan netral dan 4 orang dengan persentase 6% menyatakan tidak setuju. Dari hasil data tersebut maka dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa Mendapatkan informasi yang aktual dan relevan dengan isu-isu terkini yang saya butuhkan dari akun Instagram @dpr\_ri.

#### 4.4.2. Everyday Need Approach

**Tabel 4.14.**

**Mendapatkan update rutin dari Instagram @dpr\_ri yang bermanfaat untuk kebutuhan informasi harian.**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
-------------------	------------------	-------------------

Sangat Setuju	12	17,9%
Setuju	31	46,3%
Netral	14	20,9%
Tidak Setuju	9	13,4%
Sangat Tidak Setuju	1	1,5%
<b>Jumlah</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2024

Pada tabel diatas yang berisi pernyataan nomor 3 dengan jumlah responden keseluruhan pada penelitian ini sebanyak 67 orang dengan persentase 100%. Berdasarkan tabel pernyataan nomor 3, menunjukkan bahwa sebanyak 12 orang dengan persentase 17,9% menyatakan sangat setuju, 31 orang dengan persentase 46,3% menyatakan setuju, dan 14 orang dengan persentase 20,9% menyatakan netral, 9 orang dengan persentase 13,4% menyatakan tidak setuju, dan 1 orang dengan persentase 1,5% menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil data tersebut maka dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa Mendapatkan update rutin dari Instagram @dpr\_ri yang bermanfaat untuk kebutuhan informasi harian.

**Tabel 4.15.**

**Konten yang disajikan oleh akun Instagram @dpr\_ri bisa sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya untuk memahami kegiatan dan peran DPR RI dalam kehidupan sehari-hari**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	17	25,4%
Setuju	28	41,8%
Netral	19	28,4%
Tidak Setuju	3	4,5%

Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2024

Pada tabel diatas yang berisi pernyataan nomor 4 dengan jumlah responden keseluruhan pada penelitian ini sebanyak 67 orang dengan persentase 100%. Berdasarkan tabel pernyataan nomor 4 , menunjukkan bahwa sebanyak 17 orang dengan persentase 25,4% menyatakan sangat setuju, 28 orang dengan persentase 41,8% menyatakan setuju, 19 orang dengan persentase 28,4% menyatakan netral dan 3 orang dengan persentase 4,5% menyatakan tidak setuju. Dari hasil data tersebut maka dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa Konten yang disajikan oleh akun Instagram @dpr\_ri bisa sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya untuk memahami kegiatan dan peran DPR RI dalam kehidupan sehari-hari.

#### 4.4.3. Exhausting Need Approach

**Tabel 4.16.**

**Mendapatkan penjelasan yang akurat dan menyeluruh mengenai isu-isu penting yang dibahas oleh DPR RI dari akun Instagram @dpr\_ri**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	25	37,3%
Setuju	38	56,7%
Netral	2	3%
Tidak Setuju	2	3%
Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2024

Pada tabel diatas yang berisi pernyataan nomor 5 dengan jumlah responden keseluruhan pada penelitian ini sebanyak 67 orang dengan persentase 100%. Berdasarkan tabel pernyataan nomor 5 , menunjukkan bahwa sebanyak 25 orang dengan persentase 37,3% menyatakan sangat setuju, 38 orang dengan persentase 56,7% menyatakan setuju, 2 orang dengan persentase 3% menyatakan netral dan 2 orang dengan persentase 3% menyatakan tidak setuju. Dari hasil data tersebut maka dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa mendapatkan penjelasan yang akurat dan menyeluruh mengenai isu-isu penting yang dibahas oleh DPR RI dari akun Instagram @dpr\_ri.

**Tabel 4.17.**

**Informasi yang disajikan oleh akun Instagram @dpr\_ri membantu untuk mendapatkan pemahaman yang lebih lengkap tentang topik tertentu yang relevan dengan fungsi DPR RI**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	39	58,2%
Setuju	25	37,3%
Netral	3	4,5%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2024

Pada tabel diatas yang berisi pernyataan nomor 6 dengan jumlah responden keseluruhan pada penelitian ini sebanyak 67 orang dengan persentase 100%. Berdasarkan tabel pernyataan nomor 6 , menunjukkan bahwa sebanyak 39 orang dengan persentase 58,2% menyatakan sangat setuju, 25 orang dengan persentase 37,3% menyatakan setuju, dan 3 orang dengan persentase 4,5% menyatakan netral. Dari hasil data

tersebut maka dapat disimpulkan mayoritas responden sangat setuju bahwa informasi yang disajikan oleh akun Instagram @dpr\_ri membantu untuk mendapatkan pemahaman yang lebih lengkap tentang topik tertentu yang relevan dengan fungsi DPR RI.

#### 4.4.4. Catching-up Need Approeach

**Tabel 4.18.**

**Akun Instagram @dpr\_ri menyediakan konten yang membantu untuk tetap update dengan perkembangan terbaru terkait kegiatan DPR RI, meskipun sebelumnya tidak mengikuti isu tersebut.**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	18	26,9%
Setuju	31	46,3%
Netral	15	22,4%
Tidak Setuju	3	4,5%
Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2024

Pada tabel diatas yang berisi pernyataan nomor 7 dengan jumlah responden keseluruhan pada penelitian ini sebanyak 67 orang dengan persentase 100%. Berdasarkan tabel pernyataan nomor 7 , menunjukan bahwa sebanyak 18 orang dengan persentase 26,9% menyatakan sangat setuju, 31 orang dengan persentase 46,3% menyatakan setuju, 15 orang dengan persentase 22,4% menyatakan netral, dan 3 orang dengan persentase 4,5% menyatakan tidak setuju. Dari hasil data tersebut maka dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa Akun Instagram @dpr\_ri menyediakan konten yang membantu untuk tetap update dengan perkembangan terbaru terkait kegiatan DPR RI, meskipun sebelumnya tidak mengikuti isu tersebut.

**Tabel 4.19.**  
**Informasi yang disajikan oleh akun Instagram @dpr\_ri membantu**  
**untuk memahami konteks perkembangan isu-isu terkini**  
**yang berkaitan dengan DPR RI.**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	42	62,7%
Setuju	24	35,8%
Netral	1	1%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2024

Pada tabel diatas yang berisi pernyataan nomor 8 dengan jumlah responden keseluruhan pada penelitian ini sebanyak 67 orang dengan persentase 100%. Berdasarkan tabel pernyataan nomor 8 , menunjukan bahwa sebanyak 42 orang dengan persentase 62,7% menyatakan sangat setuju, 24 orang dengan persentase 35,8% menyatakan setuju, dan 1 orang dengan persentase 1% menyatakan netral. Dari hasil data tersebut maka dapat disimpulkan mayoritas responden sangat setuju bahwa Informasi yang disajikan oleh akun Instagram @dpr\_ri membantu untuk memahami konteks perkembangan isu-isu terkini yang berkaitan dengan DPR RI.

#### **4.5. Rekapitulasi Variabel X dan Y**

Berikut merupakan hasil rekapitulasi pengembangan indikator atau

komponen pendukung variabel X yaitu *cyber public relations* berdasarkan tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.20 Rekapitulasi hasil pengembangan Variabel X**

No.	Pernyataan	Mean
1.	DPR RI secara rutin memberikan informasi yang jelas dan terbuka melalui akun Instagram @dpr_ri	4,14
2.	Informasi yang disampaikan oleh akun @dpr_ri dapat dipercaya dan diverifikasi	3,88
3.	Akun Instagram @dpr_ri memudahkan akses publik terhadap informasi penting terkait DPR RI .	3,32
4.	Informasi yang dibagikan oleh akun @dpr_ri tersedia dalam berbagai format untuk memudahkan pemahaman.	3,73
5.	Melalui akun Instagram, DPR RI berusaha membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat.	4,01
6.	Akun @dpr_ri digunakan untuk menginformasikan kebijakan-kebijakan baru yang sedang dibahas di DPR.	3,17
7.	Akun Instagram @dpr_ri menyediakan berbagai jenis konten yang informatif, seperti foto, video, dan infografis.	3,16
8.	Akun @dpr_ri memiliki jangkauan yang luas dan dapat diakses oleh masyarakat dari berbagai kalangan.	3,29
	<b>Jumlah</b>	<b>28,74</b>
	<b>Rata-rata</b>	<b>3,592</b>

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2024

Dari hasil rekapitulasi di atas secara keseluruhan responden menilai bahwa *cyber public relations* DPR RI tergolong tinggi, hal ini dapat dilihat dari hasil nilai rata-rata keseluruhan jawaban responden pada variable x sebesar 3,592.

Berikut merupakan rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel Y yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi berdasarkan tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.21 Rekapitulasi hasil pengembangan Variabel Y**

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Mean</b>
<b>1.</b>	Akun Instagram @dpr_ri secara efektif menyediakan informasi terbaru terkait kebijakan atau keputusan penting yang diambil oleh DPR RI.	<b>4,19</b>
<b>2.</b>	Saya mendapatkan informasi yang aktual dan relevan dengan isu-isu terkini yang saya butuhkan dari akun Instagram @dpr_ri.	<b>4,02</b>
<b>3.</b>	Saya mendapatkan update rutin dari Instagram @dpr_ri yang bermanfaat untuk kebutuhan informasi harian.	<b>4,16</b>
<b>4.</b>	Konten yang disajikan oleh akun Instagram @dpr_ri bisa sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya untuk memahami kegiatan dan peran DPR RI dalam kehidupan sehari-hari.	<b>2,95</b>
<b>5.</b>	Saya merasa mendapatkan penjelasan yang akurat dan menyeluruh mengenai isu-isu penting yang dibahas oleh DPR RI dari akun Instagram @dpr_ri.	<b>3,67</b>
<b>6.</b>	Informasi yang disajikan oleh akun Instagram @dpr_ri membantu untuk mendapatkan pemahaman yang lebih lengkap tentang topik tertentu yang relevan dengan fungsi DPR RI.	<b>3,80</b>
<b>7.</b>	Akun Instagram @dpr_ri menyediakan konten yang membantu untuk tetap update dengan perkembangan terbaru terkait kegiatan DPR RI, meskipun sebelumnya tidak mengikuti isu tersebut.	<b>3,88</b>
<b>8.</b>	Informasi yang disajikan oleh akun Instagram @dpr_ri membantu untuk memahami konteks perkembangan isu-isu terkini yang berkaitan dengan DPR RI.	<b>3,98</b>

No.	Pernyataan	Mean
	Jumlah	30,68
	Rata-rata	3,835

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2024

Dari hasil rekapitulasi di atas secara keseluruhan responden menilai bahwa pemenuhan kebutuhan informasi tergolong tinggi, hal ini dapat dilihat dari hasil nilai rata-rata keseluruhan jawaban responden pada variable Y sebesar 3,835.

#### 4.6. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis uji regresi ini dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh antara variabel independent (X) yaitu *cyber public relations* DPR RI terhadap variabel dependen (Y) yaitu pemenuhan kebutuhan informasi followers akun Instagram @dpr\_ri. Berikut adalah hasil data pengelolaan SPSS 25 for windows.

**Tabel 4.22. Model Summary**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.614 <sup>a</sup>	.377	.368	3.599

a. Predictors: (Constant), cyber public relations

Sumber : Hasil SPSS Versi 25

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana yang berdasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel Independen (X) dengan satu variabel dependen (Y). R disebut juga sebagai koefisien korelasi antara variabel *cyber public relations* DPR RI terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun Instagram @dpr\_ri dengan nilai R sebesar 0,614 yaitu diantara 0,600-0,799 artinya hubungan korelasi antara variabel *cyber public relations* DPR RI berpengaruh **tinggi atau kuat**. Hal tersebut dapat dilihat dari (Sugiyono, 2021:257) :

**Tabel 4.23 Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien Korelasi	Keterangan
0,100 – 0,199	terdapat korelasi sangat rendah
0,200 – 0,399	terdapat korelasi rendah
0,400 – 0,599	terdapat korelasi sedang
0,600 – 0,799	terdapat korelasi kuat
0,800 – 1,000	terdapat korelasi kuat sekali

Sumber : (Sugiyono, 2021:257)

Sedangkan R square disebut sebagai koefisien determinasi dapat dijelaskan bahwa nilai R Square menunjukkan angka 0,377. Angka tersebut dapat diartikan bahwa *cyber public relations* DPR RI (Variabel X) memberikan kontribusi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers (variabel Y) sebesar 37,7% sementara sisanya yaitu sebesar 62,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini. Menurut Chin, nilai R Square dikategorikan menjadi 3 kategori, yaitu kuat jika lebih dari 0,67, moderat jika lebih dari 0,33, dan lemah lebih dari 0,19. (Chin, 1998:31)

Selanjutnya, yaitu analisis regresi linear sederhana adalah analisis yang bertujuan untuk memperoleh gambaran penuh antara variabel X yaitu *cyber public relations* DPR RI terhadap variabel Y yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* akun Instagram @dpr\_ri. Berikut ini adalah tabel ANOVA yang akan menunjukkan pengaruh antara variabel X dan Y, sebagai berikut :

**Tabel 4.24. ANOVA**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	510.439	1	510.439	39.405	.000 <sup>b</sup>
	Residual	841.979	65	12.954		
	Total	1352.418	66			
a. Dependent Variable: pemenuhan kebutuhan informasi						
b. Predictors: (Constant), cyber public relations						

Sumber : Hasil SPSS Versi 25

Berdasarkan table di atas, diperoleh nilai uji ANOVA yaitu nilai F sebesar 39.405 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 atau  $0,000 < 0,05$  maka dapat diartikan bahwa variable X (*cyber public relations* DPR RI) berpengaruh terhadap Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* Instagram @dpr\_ri).

Untuk dapat digunakan sebagai model regresi dalam memprediksi variabel terkait, maka angka probabilitas atau (sig) harus  $< 0,05$  karena angka probabilitas (sig)  $0,00 < 0,05$  maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi pengaruh *cyber public relations* DPR RI terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun Instagram @dpr\_ri.

**Tabel 4.25.**

**Tabel Coefficients**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	13.170	2.825		4.662	.000
	cyber public relations	.609	.097	.614	6.277	.000

a. Dependent Variable: pemenuhan kebutuhan informasi

Sumber : Hasil SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel coefficient di atas dapat diketahui bahwa nilai constant (a) sebesar 13,170 sedangkan nilai koefisien regresi (b) 0,609 dengan diketahui :

Rumus Regresi Linear

$$Y = a + bX$$

$$Y = 13,170 + 0,609X$$

Dimana :

Y = Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*

X = *Cyber Public Relations* DPR RI

a = nilai konstan dari *Unstandardized Coefficients*. Dalam penelitian ini

nilainya sebesar 13,170

b = nilai koefisien regresi. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 0,609

Keterangan persamaan regresi linear sederhana di atas adalah  $Y = 13,170 + 0,609X$ . Dari persamaan tersebut dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi nilainya (+), maka dapat diartikan bahwa variabel X (*cyber public relations* DPR RI) berpengaruh positif terhadap variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*).

#### 4.7. Uji Hipotesis (Uji t)

Menguji variabel X yang telah di dapat maka dapat dilakukan uji hipotesis. Hal ini dilakukan untuk menguji apakah ada pengaruh yang signifikan antara *cyber public relations* DPR RI terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun Instagram @dpr\_ri.

Rumus uji t sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan :

$r$  = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

$n$  = Jumlah Sampel

maka dengan demikian :

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima (memiliki pengaruh)

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak (tidak memiliki pengaruh)

Diketahui :

$r = 0,614$

$n = 67$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, nilai  $t_{hitung}$  yaitu 5,095 sedangkan untuk nilai  $t_{tabel}$  dengan signifikansi 10% ( $\alpha = 0,10$  atau 0,1) dapat dicari dalam tabel statistik berdasarkan jumlah responden atau  $n$ . Dalam penelitian ini jumlah responden ( $n$ ) = 67, maka derajat bebasnya ( $df$ )  $n - k = 67 - 2 = 65$  Dengan signifikansi 10% adalah 1,668. Karena nilai  $t_{hitung}$  (5,095)

>  $t_{\text{tabel}}$  (1,668), maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, yang artinya terdapat pengaruh antara *cyber public relations* DPR RI terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun Instagram @dpr\_ri.

#### 4.8. Pembahasan Penelitian

Pada penelitian ini membahas 2 (dua) variabel, yaitu *cyber public relations* DPR RI (variabel X) dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *followers* akun Instagram @dpr\_ri (variabel Y). Penelitian ini dilakukan kepada 67 orang responden yang memenuhi kriteria yaitu merupakan *followers* akun Instagram @dpr\_ri dan pernah menyukai postingan dengan *likes* tertinggi di Instagram @dpr\_ri pada tanggal 1 Juli sampai dengan 10 Juli 2024.

Dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan dengan persentase 59,7% sedangkan laki-laki 40,3% (pada tabel 4.1). Identitas responden lainnya dapat dilihat dari usia responden berusia 18-24 tahun dengan persentase 20,9%, sedangkan berusia 25-34 tahun 52,2%, dan berusia 35 - 44 tahun 26,9% (pada tabel 4.2). Mayoritas responden berusia 25-34 tahun. Kemudian identitas responden lainnya adalah pekerjaan, dengan responden berlatar mahasiswa memiliki persentase 22,4%, berlatar pegawai negeri 25,4%, berlatar karyawan swasta 22,4%, sedangkan mayoritas pekerjaan berlatar lainnya 29,8% (pada tabel 4.3).

Penelitian ini menggambarkan bahwa *cyber public relations* dari DPR RI yang diukur dengan teori *cyber public relations* dari Philips & Young (2009) dengan indikator *transparancy*, *internet porosity*, *internet as an agent*, dan *richness in content and reach* dapat mempengaruhi *followers* akun Instagram @dpr\_ri dalam memenuhi kebutuhan informasi *followers* (*current need approach*, *everyday need approach*, *exhaust need approach*, dan *catching up need approach*).

#### Pengaruh *Cyber Public Relations* DPR RI

Berdasarkan teori *cyber public relations* menurut Philips & Young (2009) yang digunakan dan hasil penelitian yang telah dibuktikan bahwa ada 4 indikator untuk memperoleh kesuksesan aktivitas *cyber public relations*,

dapat dilihat dari pernyataan pada variabel X di kuesioner penelitian. Hasil dari penelitian responden bahwa indikator *transparency*, *internet porosity*, *internet as an agent*, dan *richness in content and reach* tergolong tinggi (Sangat Setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel *cyber public relations DPR RI(X)* sebesar 3,592 (pada tabel 4.20).

Pada sikap *Transparency* rata-rata responden menjawab setuju pada aspek pernyataan yang diajukan (pada tabel 4.4 – 4.5). Sikap *transparency* merupakan elemen utama dalam memberikan yang transparan kepada publik. Sikap *transparency* yang jujur harus dilakukan oleh DPR RI untuk selalu memberikan informasi kepada publik. Nilai rata-rata tertinggi jawaban responden pada sikap *transparency* yaitu sebesar 4,14 dengan pernyataan X1 yaitu “DPR RI secara rutin memberikan informasi yang jelas dan terbuka melalui akun Instagram @dpr\_ri” sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,88 pada pernyataan X2 yaitu “bahwa informasi yang disampaikan oleh akun instagram @dpr\_ri dapat dipercaya dan diverifikasi” (pada tabel 4.20).

Pada sikap *internet porosity* rata-rata responden menjawab setuju pada pernyataan yang diajukan (pada tabel 4.6 – 4.7). Sikap *internet porosity* merupakan upaya transparansi yang tidak disengaja. Nilai rata-rata tertinggi jawaban responden pada sikap *internet porosity* yaitu sebesar 3,73 dengan pernyataan X4 yaitu ”Informasi yang dibagikan oleh akun instagram @dpr\_ri tersedia dalam berbagai format untuk memudahkan pemahaman *followers*.” sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,32 pada pernyataan X3 yaitu” akun instagram @dpr\_ri memudahkan akses publik terhadap informasi penting terkait DPR RI”(pada tabel 4.20).

Pada sikap *the internet as an agent* rata-rata responden menjawab setuju dan netral pada pernyataan yang diajukan (pada tabel 4.8 – 4.9). Sikap *internet as an agent* adalah internet sebagai salah satu agen untuk menyampaikan informasi kepada publik. Nilai rata-rata tertinggi jawaban responden pada sikap *internet as an agent* yaitu sebesar 4,01 dengan pernyataan X5 yaitu ”Informasi yang dibagikan oleh akun instagram @dpr\_ri tersedia dalam berbagai format untuk memudahkan pemahaman *followers*.” sedangkan nilai

rata-rata terendah sebesar 3,17 pada pernyataan X6 yaitu “ akun @dpr\_ri digunakan unruk menginformasikan kebijakan-kebijakan baru yang sedang dibahas di DPR”(pada tabel 4.20).

Pada sikap *richness in content and reach* rata-rata responden menjawab netral pada pernyataan yang diajukan (pada tabel 4.10 – 4.11). Sikap *richness in content and reach* merupakan kekayaan informasi dapat muncul dan memberikan melalui jangkauan dari internet.. Nilai rata-rata tertinggi jawaban responden pada sikap *richness in content and reach* yaitu sebesar 3,29 dengan pernyataan X8 yaitu ” akun Instagram @dpr\_ri memiliki jangkauan yang luas dan dapat diakses oleh masyarakat dari berbagai kalangan.” sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,16 pada pernyataan X7 yaitu “akun instagram @dpr\_ri menyediakan berbagi jenis konten yang informatif seperti foto, video, dan infografis”(pada tabel 4.20).

Berdasarkan teori yang digunakan variabel (X) Pengaruh *cyber public relations* DPR RI pernyataan yang memiliki rata-rata tertinggi adalah X1 dengan penyataan “ DPR RI secara rutin memberikan informasi yang jelas dan terbuka melalui akun Instagram @dpr\_ri” yaitu sebesar 4,14. Sedangkan rata-rata terkecil terdapat pada pernyataan X7 ” Akun Instagram @dpr\_ri menyediakan berbagai jenis konten yang informatif, seperti foto, video, dan infografis” dengan nilai rata-rata 3,16. Berdasarkan uraian tersebut dapat diartikan bahwa *cyber public relations* DPR RI dapat dinilai dengan baik. (pada tabel 4.20)

### **Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akun Instagram @dpr\_ri**

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur Pemenuhan Kebutuhan Informasi memiliki 4 (empat) dimensi dapat dilihat dari pernyataan pada variabel Y di kuesioner penelitian. Hasil dari penilaian responden bahwa dimensi Pemenuhan Kebutuhan Informasi antara lain, *Current need approach*, *Everyday need approach*, *Exhaust need approach*, dan *Catching-up need approach* tergolong tinggi. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi *followers* akun

Instagram @dpr\_ri (Y) sebesar 3,835 (pada tabel 4.21).

Pada dimensi *Current need approach* rata-rata responden menjawab setuju pada aspek pernyataan yang diajukan (pada tabel 4.12 – 4.13). Aspek-aspek Pemenuhan Kebutuhan Informasi tersebut membahas dimensi *Current need approach* yaitu pendekatan terhadap penggunaan media yang mencari informasi untuk menambah atau memperluas pengetahuan. Nilai rata-rata tertinggi jawaban responden pada dimensi *current need approach* yaitu sebesar 4,19 dengan pernyataan Y1 ”Akun Instagram @dpr\_ri secara efektif menyediakan informasi terbaru terkait kebijakan atau keputusan penting yang diambil oleh DPR RI. dan rata-rata terendah yaitu pernyataan Y2 ” Saya mendapatkan informasi yang aktual dan relevan dengan isu-isu terkini yang saya butuhkan dari akun Instagram @dpr\_ri.” sebesar 4,02. (pada tabel 4.21)

Pada dimensi *Everyday need approach* rata-rata responden menjawab setuju pada pernyataan yang diajukan (pada tabel 4.14 – 4.15). Aspek-aspek Pemenuhan Kebutuhan Informasi tersebut membahas dimensi *Everyday need approach* yaitu pendekatan pendekatan terhadap pengguna yang membutuhkan informasi secara cepat, spesifik dan rutin. Nilai rata-rata tertinggi jawaban responden pada dimensi *Everyday need approach* yaitu sebesar 4,16 dengan pernyataan Y3 ” Saya mendapatkan update rutin dari Instagram @dpr\_ri yang bermanfaat untuk kebutuhan informasi harian.” dan rata-rata terendah yaitu pernyataan Y4 ” Konten yang disajikan oleh akun Instagram @dpr\_ri bisa sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya untuk memahami kegiatan dan peran DPR RI dalam kehidupan sehari-hari.” sebesar 2,95. (pada tabel 4.21)

Pada dimensi *Exhaust need approach* rata-rata responden menjawab setuju pada pernyataan yang diajukan (pada tabel 4.16 – 4.17). Aspek -aspek Pemenuhan Kebutuhan Informasi tersebut membahas dimensi *Exhaust need approach* yaitu pendekatan terhadap pengguna yang sangat bergantung terhadap informasi yang diperlukan. Nilai rata-rata tertinggi jawaban responden pada dimensi *Exhaust need approach* yaitu sebesar 3,80 dengan pernyataan Y6 ” Informasi yang disajikan oleh akun Instagram @dpr\_ri membantu untuk mendapatkan pemahaman yang lebih lengkap tentang topik tertentu yang

relevan dengan fungsi DPR RI.” dan rata-rata terendah yaitu pernyataan Y5 ” Saya merasa mendapatkan penjelasan yang akurat dan menyeluruh mengenai isu-isu penting yang dibahas oleh DPR RI dari akun Instagram @dpr\_ri.” sebesar 3,67. (pada tabel 4.21)

Pada dimensi *Catching-up need approach* rata-rata responden menjawab baik sangat setuju dan setuju pada aspek pernyataan yang diajukan (pada tabel 4.18– 4.19. Aspek-aspek Pemenuhan Kebutuhan Informasi tersebut membahas dimensi *Catching-up need approach* yaitu pendekatan terhadap pengguna yang mencari perkembangan terbaru pada suatu informasi yang sesuai dengan kebutuhan. Nilai rata-rata tertinggi jawaban responden pada dimensi *Catching-up need approach* yaitu sebesar 3,29 dengan pernyataan Y8 ” Akun @dpr\_ri memiliki jangkauan yang luas dan dapat diakses oleh masyarakat dari berbagai kalangan.” dan rata-rata terendah yaitu pernyataan Y7 ”Akun Instagram @dpr\_ri menyediakan berbagai jenis konten yang informatif, seperti foto, video, dan infografis.” Sebesar 3,16. (pada tabel 4.21)

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (Y) Pemenuhan Kebutuhan Informasi pernyataan yang memiliki rata-rata tertinggi adalah Y1 dengan pernyataan “ Akun Instagram @dpr\_ri secara efektif menyediakan informasi terbaru terkait kebijakan atau keputusan penting yang diambil oleh DPR RI.” yaitu sebesar 4,19 (pada tabel 4.21). Sedangkan rata-rata terkecil terdapat pada pernyataan Y4 ” Konten yang disajikan oleh akun Instagram @dpr\_ri bisa sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya untuk memahami kegiatan dan peran DPR RI dalam kehidupan sehari-hari.” sebesar 2,95. (pada tabel 4.21)

### **Pengaruh *Cyber Public Relations* DPR RI Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* akun Instagram @dpr\_ri**

Pernyataan pada *cyber public relations* DPR RI (variabel X) dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* (variabel Y) dalam penelitian ini memenuhi standar validitas atau memenuhi syarat valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Uji reliabilitas pada *cyber public relations* DPR RI (variabel X) dan Pemenuhan

Kebutuhan Informasi *followers* (variabel Y) menunjukkan nilai alpha hitung yang positif serta tingkat reliabilitas  $> 0,80$  s.d  $1,00$  (pada tabel 3.6 dan tabel 3.7), maka kuesioner variabel X sangat reliabel begitu juga dengan variabel Y sangat reliabel.

Dari hasil yang didapatkan, dikatakan bahwa unsur yang ada di variabel *cyber public relations* yang berpengaruh terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* akun Instagram @dpr\_ri. Hasil pengukuran rata-rata variabel *cyber public relations* DPR RI (X) senilai 3,592 sedangkan variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* (Y) yaitu 3,835.

Untuk membuktikan adanya pengaruh *cyber public relations* DPR RI Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *followers*, maka dilakukan uji hipotesis yang terdapat pada analisis regresi linear sederhana yaitu uji t. Uji t bertujuan untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi, kriteria pengujian sebagai persyaratan hipotesis diterima adalah nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Berdasarkan hasil perhitungan dari penelitian ini didapatkan nilai  $t_{hitung}$  5,095 yang lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1,668. Dikarenakan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara *cyber public relations* DPR RI Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* akun Instagram @dpr\_ri.

Berdasarkan perhitungan, besarnya pengaruh dapat dilihat dari perolehan R yang disebut juga sebagai koefisien korelasi. Maka dapat dibaca R atau koefisien korelasi antara *cyber public relations* DPR RI terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *followers* akun Instagram @dpr\_ri yaitu sebesar 0.614 yaitu diantara 0,600-0,799 artinya hubungan korelasi antara variabel *cyber public relations* DPR RI berpengaruh tinggi atau kuat. Kemudian untuk perolehan nilai R square yaitu 0.377 yang artinya variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun Instagram @dpr\_ri) dipengaruhi oleh variabel X (*cyber public relations*), dalam penelitian ini Pemenuhan Kebutuhan Informasi *followers* akun Instagram @dpr\_ri dipengaruhi sebesar 37,7% sementara sisanya yaitu 62,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian.