



Kualitas Konten Instagram @djplkemenhub151 terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Sektor Transportasi Laut

Intan Arimiawati^{1*}, Pudji Muljono², Fahmi Fuad Cholagi¹

¹ Sekolah Vokasi, IPB University, Indonesia

² Fakultas Ilmu Sosial dan Ekologi Manusia, IPB University, Indonesia

*Corresponding author email: intanarimiawati@apps.ipb.ac.id

Article Info

Article history:

Received May 11, 2026

Approved August 25, 2026

Keywords:

Utilization of Social Media,
Content Quality, Instagram,
Information Needs, Sea
Transportation, Public
Communication.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of social media utilization and the quality of Instagram content @djplkemenhub151 on fulfilling the information needs of the maritime transportation sector. The study used a quantitative approach with a survey method by distributing Google Form-based questionnaires to followers of the Instagram account @djplkemenhub151. The sampling technique used purposive sampling. Data were analyzed using multiple linear regression, coefficient of determination test, F test, and t test with the help of SPSS 2026. The results showed that social media utilization and content quality had a positive and significant effect on the information needs of the maritime transportation sector. The content quality variable had the most dominant influence with a regression coefficient value of 0.603 and standardized coefficients beta of 0.728, while social media utilization had a regression coefficient value of 0.227. The Adjusted R Square value of 0.834 indicated that 83.4% of information needs could be explained by the two independent variables. The research findings prove that the quality of relevant, accurate, and easy-to-understand content is a major factor in fulfilling the public's information needs. Social media plays a role as an effective and easily accessible means of distributing public information. This research is expected to be an evaluation material for government agencies in developing digital communication strategies that are more effective, transparent, and oriented towards public needs, especially in disseminating information on the maritime transportation sector through informative, attractive, and trustworthy Instagram social media.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pemanfaatan media sosial dan kualitas konten Instagram @djplkemenhub151 terhadap pemenuhan kebutuhan informasi sektor transportasi laut. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner berbasis Google Form kepada followers akun Instagram @djplkemenhub151. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji F, dan uji t dengan bantuan SPSS 2026. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dan kualitas konten berpengaruh positif serta signifikan terhadap kebutuhan informasi sektor transportasi laut. Variabel kualitas konten memiliki pengaruh paling dominan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,603 dan standardized coefficients beta sebesar 0,728, sedangkan pemanfaatan media sosial memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,227. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,834 menunjukkan bahwa 83,4% kebutuhan

informasi dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen tersebut. Temuan penelitian membuktikan bahwa kualitas konten yang relevan, akurat, dan mudah dipahami menjadi faktor utama dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Media sosial berperan sebagai sarana distribusi informasi publik yang efektif dan mudah diakses. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi bagi instansi pemerintah dalam menyusun strategi komunikasi digital yang lebih efektif, transparan, dan berorientasi pada kebutuhan publik, khususnya pada penyebaran informasi sektor transportasi laut melalui media sosial Instagram yang informatif, menarik, terpercaya.

Copyright © 2026, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



How to cite: Arimiawati, I., Muljono, P., & Cholagi, F. F. (2026). Kualitas Konten Instagram @djplkemenhub151 terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Sektor Transportasi Laut. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 7(3), 3081–3089. <https://doi.org/10.55681/jige.v7i3.6363>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan pada cara masyarakat memperoleh dan memanfaatkan informasi. Informasi menjadi kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dalam konteks apapun. Menurut Novianti *et al.* (2020) bahwa informasi menjadi suatu kebutuhan yang berkontribusi besar dalam penemuan fakta, pemecahan masalah, hingga pengambilan keputusan. Berdasarkan data We Are Social pada Februari 2025, bahwa 82,7 persen alasan nomor satu orang Indonesia menggunakan internet adalah untuk mencari informasi. Salah satu hal penting yang berpengaruh besar dalam proses penyebaran informasi adalah munculnya media sosial.

Media sosial hadir sebagai sarana utama pertukaran dan penyebaran informasi di era digital. Pernyataan tersebut didukung dengan adanya data dari We Are Social pada Februari 2025 bahwa media sosial menempati urutan kedua media yang paling sering digunakan di Indonesia dengan presentasi 93 persen. Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang digemari oleh masyarakat. Data We Are Social pada Februari 2025 juga menunjukkan bahwa Instagram merupakan platform paling sering digunakan di Indonesia nomor dua dengan presentase sebesar 84,6 persen. Instagram memberikan ketertarikan terhadap konten visual berupa gambar dan video secara singkat dan ringkas. Instagram juga telah dimanfaatkan oleh instansi pemerintahan sebagai media komunikasi dan penyebaran informasi publik.

Pada konteks komunikasi publik, media sosial memiliki peran strategis yaitu sebagai sarana edukasi, penyampaian informasi, dan membentuk pemahaman masyarakat terhadap program dan kebijakan pemerintah. Pernyataan tersebut sejalan dengan pendapat Adila *et al.* (2024) bahwa hadirnya akun resmi instansi pada media sosial Instagram dapat menjadi jembatan kebutuhan masyarakat akan informasi yang transparan dan akurat. Sektor transportasi laut merupakan salah satu aspek yang membutuhkan penyebaran informasi secara luas dan berkelanjutan. Menurut Jumadil & Mokodompit (2025) dalam mendukung mobilitas penumpang dan barang, pembangunan ekonomi global, serta konektivitas antar wilayah, transportasi laut sangat dibutuhkan dan memiliki peran yang cukup penting.

Direktorat Jenderal Perhubungan Laut merupakan instansi pemerintah yang memiliki peran strategis dalam penyelenggaraan transportasi laut di Indonesia. Dalam rangka memenuhi kebutuhan informasi akan sektor transportasi laut, tim hubungan masyarakat memanfaatkan media sosial sebagai penyebaran informasi, kebijakan, kegiatan, serta edukasi di bidang transportasi laut. Melalui akun Instagram @djplkemenhub151, informasi yang disajikan berupa

konten *feeds* dan *reels* yang dirancang agar mudah dipahami dan menarik bagi masyarakat. Keberadaan media sosial Instagram sebagai salah satu sarana penyebaran informasi, tidak secara otomatis menjamin terpenuhinya kebutuhan informasi masyarakat. Informasi yang disampaikan melalui media sosial perlu memiliki kualitas yang baik agar dapat dipahami dan dimanfaatkan oleh audiens.

Kualitas konten menjadi faktor penting yang menentukan informasi yang disampaikan dapat memenuhi kebutuhan audiens atau justru sebaliknya. Pernyataan tersebut sejalan dengan pendapat Azis *et al.* (2025) bahwa kualitas konten berperan sangat krusial dalam meningkatkan minat baca. Pada instansi pemerintah, kualitas konten menjadi sangat penting karena berkaitan langsung dengan citra instansi pemerintah. Secara praktik banyak akun media sosial Instagram pemerintah yang saat ini aktif memproduksi konten, namun tingginya frekuensi unggahan atau banyaknya informasi belum tentu sejalan dengan kebutuhan informasi masyarakat.

Kondisi tersebut relevan dengan konteks akun media sosial Instagram @djplkemenhub151. Sebagai akun resmi yang menyampaikan informasi tentang sektor transportasi laut, akun Instagram @djplkemenhub151 harapannya mampu memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya secara optimal. Berdasarkan kenyataan di lapangan, hingga saat ini kemampuan kualitas konten dalam memenuhi kebutuhan informasi sektor transportasi laut belum banyak diketahui secara empiris.

Adanya penelitian ini tentunya didasari oleh literatur yang relevan dari penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa media sosial berpengaruh dalam pemenuhan kebutuhan informasi. Pada penelitian Azzahra & Dianita (2024) mengungkapkan bahwa media sosial berpengaruh sangat besar dalam pemenuhan kebutuhan informasi pengguna jaklingko. Temuan serupa juga dihasilkan dari penelitian Anggraeni & Hartanto (2023) bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara konten dan kualitas informasi pada akun @idvolunteering terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

Meskipun pada temuan terdahulu membahas media sosial dan kualitas konten terhadap kebutuhan informasi, namun tetap terdapat *research gap* berupa kurangnya penelitian secara spesifik terkait kebutuhan informasi sektor transportasi laut. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki *novelty* pada bagian objek penelitian yaitu Kualitas Konten Instagram @djplkemenhub151 terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Sektor Transportasi Laut.

Tujuan adanya penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari pemanfaatan media sosial dan kualitas konten terhadap pemenuhan kebutuhan informasi akan sektor transportasi laut. Penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan sebagai bahan evaluasi terhadap efektivitas komunikasi publik pemerintah melalui konten visual pada media sosial Instagram dalam penyebaran informasi sektor transportasi laut. Hadirnya Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP) Nomor 14 Tahun 2008 yang menjamin hak warga negara untuk memperoleh akses informasi secara transparan dan mudah serta Indonesia sebagai negara maritim juga turut menjadi dasar mengapa penelitian ini menjadi sangat penting untuk dilakukan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei kuesioner. Menurut Arviani *et al.* (2025) pendekatan kuantitatif memiliki fokus pengumpulan data berupa angka yang selanjutnya dianalisis secara statistik untuk menjawab rumusan masalah. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk mengukur dan menjelaskan pengaruh atau hubungan antar variabel

(Sugiyono, 2020). Metode survei digunakan sebagai salah satu teknik dalam pendekatan kuantitatif pada penelitian ini. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner berbasis *Google* formulir kepada responden penelitian ini. Penyebaran kuesioner berbasis *Google* formulir dilakukan melalui sosial media agar data penelitian lebih mudah dan efisien untuk diperoleh.

Populasi pada penelitian ini mengacu pada subjek yang menjadi fokus penelitian ini. Populasi merupakan sekelompok orang atau objek dalam sebuah penelitian (Abidin, 2025). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Followers akun Instagram @djplkemenhub151. Seluruh pengikut akun Instagram @djplkemenhub151 dianggap memiliki peluang yang sama untuk menerima konten yang telah dipublikasi, sehingga followers pada akun Instagram @djplkemenhub151 relevan dijadikan populasi pada penelitian ini. Jumlah populasi pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Dasar pemilihan teknik tersebut adanya pertimbangan bahwa tidak seluruh pengikut akun Instagram @djplkemenhub151 mengakses konten yang dipublikasikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda pada penelitian ini digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen yaitu pemanfaatan media sosial dan kualitas konten terhadap kebutuhan informasi sektor transportasi laut. Hasil pengujian analisis regresi linier berganda pada penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda, SPSS 2026

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1 (Constant)	.965	1.869		.516	.607
Pemanfaatan Media Sosial (X1)	.227	.071	.221	3.215	.002
Kualitas Konten (X2)	.603	.057	.728	10.578	<.001

a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi (Y)

Berdasarkan hasil nilai koefisien, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,965 + 0,227X^1 + 0,603X^2 + e$$

Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat dijabarkan dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta menunjukkan bahwa apabila variabel X1 dan X2 dianggap bernilai nol, maka variabel Y akan bernilai 0,965;
2. Koefisien regresi pemanfaatan media sosial (X1) akan meningkatkan kebutuhan informasi sebesar 0,227 satuan dengan asumsi variabel lain tetap;
3. Koefisien regresi kualitas konten (X3) sebesar 0,603 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satuan kualitas konten, akan meningkatkan kebutuhan informasi sebesar 0,603 satuan;
4. Faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel pemanfaatan media sosial (X1) dan kualitas konten (X2) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kebutuhan informasi (Y). Pada variabel pemanfaatan media sosial (X1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,227, artinya bahwa setiap adanya pemanfaatan media sosial diikuti oleh kebutuhan informasi. Adanya pengaruh secara signifikan dibuktikan oleh nilai t hitung yang dihasilkan sebesar 3,215 dengan signifikansi 0,002 yang artinya $<0,05$. Konteks ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran sebagai jembatan penyebaran informasi secara luas kepada khalayak.

Variabel kualitas konten (X2) menghasilkan nilai lebih besar dari variabel pemanfaatan media sosial (X1), yaitu 0,603. Artinya dampak yang lebih besar dalam meningkatkan kebutuhan informasi berasal dari kualitas konten. Hasil ini dikuatkan dengan nilai *standardized coefficients beta* sebesar 0,728. Nilai tersebut memperkuat temuan bahwa variabel kualitas konten (X2) adalah variabel dominan yang berpengaruh dalam memengaruhi kebutuhan informasi (Y).

Temuan pada hasil penelitian ini memperkuat teori pemanfaatan media sosial dengan konsep teori 4C oleh Chris Heuer (2010), yang cenderung menekankan pada aspek komunikasi dan konektivitas untuk menyampaikan informasi kepada khalayak. Informasi terkait sektor transportasi laut dapat diakses lebih luas namun efektivitasnya tergantung isi pada informasi tersebut. Sementara itu, komponen yang utama dalam menentukan informasi yang disampaikan mampu memenuhi kebutuhan pengguna pada aspek kualitas konten adalah relevansi, akurasi, hingga kelengkapan informasi.

Dapat disimpulkan bahwa, pada konteks komunikasi publik sektor transportasi laut, kualitas konten lebih berperan penting jika dibandingkan dengan medianya. Media sosial hanya berfungsi sebagai sarana diseminasi informasi melalui digital, namun kualitas konten yang menentukan nilainya. Keadaan ini membuktikan bahwa efektivitas dalam Menyusun strategi komunikasi digital tidak hanya fokus pada medianya, namun juga isi pesan yang disampaikan agar informasi benar-benar mampu memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.

2) Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa kuat kontribusi variabel independen yaitu pemanfaatan media sosial (X1) dan kualitas konten (X2) terhadap variabel dependen yaitu kebutuhan informasi (Y). Jika hasil uji mendekati seratus (100) maka pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel bebas kepada variabel terikat semakin besar dan begitupun sebaliknya. Tabel 2 merupakan hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi, SPSS 2026

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.915 ^a	.837	.834	1.790

a. Predictors: (Constant), Kualitas Konten (X1), Pemanfaatan Media Sosial (X2)

b. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi (Y)

Berdasarkan output pada Tabel 2, menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,834 atau 83,4% yang artinya variabel pada kebutuhan informasi (Y) mampu dijelaskan oleh variabel pemanfaatan media sosial (X1) dan kualitas konten (X2). Adanya hasil presentase yang besar, menunjukkan bahwa model yang digunakan memiliki kemampuan sangat kuat dalam menjelaskan hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Sementara itu, sisanya sebesar 16,6% (100% - 83,4%) dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti pada penelitian ini. Secara substansi, artinya kebutuhan informasi tidak hanya dipengaruhi oleh pemanfaatan media sosial dan kualitas konten, namun juga aspek lain yang tidak dibahas oleh peneliti pada penelitian ini.

Hasil nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,915 membuktikan adanya korelasi yang sangat kuat antara kedua variabel independen terhadap variabel dependen. Temuan ini menyiratkan bahwa kebutuhan informasi sektor transportasi laut, dapat dipengaruhi oleh bagaimana media sosial mampu dimanfaatkan dengan optimal sebagai sarana penyebaran informasi dan komunikasi, serta kualitas konten yang mengarah pada isi informasi yang disampaikan. Kondisi ini telah menjawab bahwa variabel yang digunakan pada penelitian ini mampu merepresentasikan faktor utama yang memengaruhi kebutuhan informasi, meskipun masih terdapat ruang untuk menambah variabel lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial dan kualitas konten penting dalam menjelaskan pemenuhan kebutuhan informasi, dengan kualitas konten sebagai faktor utama dalam penelitian ini.

3) Uji F (Simultan)

Uji F (Simultan) dapat disebut sebagai uji signifikansi secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Tujuan dari uji F pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara simultan dari variabel independen pada variabel dependen. Hasil dari adanya uji F ini, dapat membuktikan apakah kombinasi variabel independen mampu menjelaskan secara signifikan variabel dependen. pada penelitian ini Hasil uji F pada penelitian ini disajikan pada Tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji F (Simultan), SPSS 2026

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1598.034	2	799.017	249.238	<.001 ^b
	Residual	310.966	97	3.206		
	Total	1909.000	99			

a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Konten (X2), Pemanfaatan Media Sosial (X1)

Berdasarkan output dari uji F, nilai F hitung sebesar 249.238 dengan tingkat signifikansi yaitu < 0,001 artinya nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Nilai tersebut membuktikan secara simultan bahwa, pemanfaatan media sosial dan kualitas konten sah dalam menjelaskan kebutuhan informasi. Hasil tersebut juga membuktikan bahwa pengaruh yang dihasilkan signifikan antara kedua variabel independen terhadap dependen. Hasil temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konteks komunikasi publik, informasi yang efektif bergantung pada lebih dari satu faktor. Seperti pada penelitian ini, adanya kolaborasi dua faktor yaitu pemanfaatan media sosial dan kualitas konten yang memengaruhi. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa model penelitian telah sah menjelaskan hubungan simultan kedua variabel independen terhadap variabel dependen penelitian ini.

4) Uji Hipotesis T (Parsial)

Pada penelitian ini, uji t digunakan untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini. Tujuan dari dilakukannya uji t adalah untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan pada uji hipotesis ini didasarkan pada hasil signifikansi. Jika nilai Signifikansi (Sig). $< 0,05$ maka asumsi hipotesis pada H_0 akan ditolak dan H_1 akan diterima. Jika H_1 diterima, maka pemanfaatan media sosial (X1) dan kualitas konten (X2) berpengaruh secara signifikan dan efektif terhadap kebutuhan informasi (Y). Hasil uji hipotesis t disajikan pada Tabel 4 berikut ini.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis T (Parsial), SPSS 2026

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t Sig.
1	(Constant)	.965	1.869		.516 .607
	Pemanfaatan Media Sosial (X1)	.227	.071	.221	3.215 .002
	Kualitas Konten (X2)	.603	.057	.728	10.578 <.001

a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi (Y)

Hasil pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai Signifikansi (Sig) pada variabel X1 yaitu pemanfaatan media sosial adalah 0,002. Nilai 0,002 memiliki arti bahwa lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$), sehingga asumsi hipotesis H_1 pada penelitian ini dapat diterima. Hasil t-hitung variabel X1 pemanfaatan media sosial sebesar 3,215, ini menunjukkan pengaruh yang cukup kuat terhadap kebutuhan informasi. Nilai koefisien regresi yang dihasilkan sebesar 0,227 menunjukkan arah pengaruh positif yang artinya, setiap peningkatan pada pemanfaatan media sosial akan diikuti juga oleh peningkatan pemenuhan kebutuhan informasi.

Temuan ini telah menjawab rumusan masalah kedua pada penelitian ini. Asumsi hipotesis X_{01} pada penelitian ini diterima yang menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap kebutuhan informasi sektor transportasi laut. Adanya pemanfaatan dan pengelolaan media sosial mampu membuat penyebaran informasi secara lebih luas dan mudah diakses. Media sosial berperan sebagai sarana diseminasi penyebaran informasi publik dan menjadi penghubung kebutuhan masyarakat akan informasi sektor transportasi laut. Berdasarkan hasil temuan penelitian ini memperkuat konsep pemanfaatan media sosial yang menekankan aspek komunikasi dan konektivitas menurut Chris Heur (2010). Adanya pengelolaan dan pemanfaatan media sosial yang optimal tidak hanya meningkatkan jangkauan dalam diseminasi informasi, namun juga semakin memberikan kemudahan dalam masyarakat memperoleh informasi yang dibutuhkan.

Pada hasil pengujian hipotesis variabel kualitas konten (X2) memberikan hasil sebesar 10,578 dengan hasil tingkat signifikansi $< 0,001$. Singkatnya dalam hal ini, kualitas konten berpengaruh positif dan signifikan dalam memenuhi kebutuhan informasi sektor transportasi laut. Selain itu, pada variabel kualitas konten, nilai koefisien regresi yang dihasilkan jauh lebih

besar dibandingkan dengan nilai koefisien regresi pada variabel pemanfaatan media sosial. Adanya nilai koefisien regresi yang lebih besar menunjukkan pengaruh yang lebih kuat terhadap variabel kualitas konten dalam memengaruhi kebutuhan informasi jika dibandingkan dengan variabel pemanfaatan media sosial. Didukung oleh nilai t hitung yang tinggi pada variabel kualitas konten, hal tersebut telah cukup membuktikan bahwa kualitas konten memiliki peran yang sangat kuat diantara kedua variabel independen pada penelitian ini.

Secara singkat, temuan hasil tersebut telah menjawab rumusan masalah ketiga pada penelitian ini. Temuan ini juga memperkuat teori kualitas informasi yang dikemukakan oleh DeLone & McLean (2003) bahwa informasi yang baik adalah yang relevan, akurat, serta mudah dipercaya. Informasi yang berkualitas tidak hanya mampu meningkatkan kepercayaan publik, namun mampu mendorong keterlibatan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan.

Secara parsial, hasil uji t pada penelitian ini sangat mendukung dan menjawab asumsi hipotesis H_1 pada masing-masing rumusan masalah. Temuan tersebut searah dengan penelitian (Saputra dan Hartanto, 2023) yang menyatakan bahwa masing-masing dari variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen, namun variabel kualitas konten memiliki pengaruh lebih besar. Adanya temuan lain pada penelitian yang dilakukan oleh Apriani (2023) juga turut mendukung hasil penelitian ini, bahwa kualitas informasi tetap menjadi faktor paling berpengaruh, diantara kedua variabel independen yang saling berpengaruh. Meskipun temuan yang ditemukan tidak secara spesifik mengarah pada sektor transportasi laut, namun jawaban dari penelitian sebelumnya dapat mendukung adanya hasil dari penelitian ini.

Implikasi praktis yang ditemukan oleh peneliti pada penelitian ini adalah pemanfaatan media sosial tidak hanya menjadi fokus frekuensi penyampaian informasinya, namun juga efektivitas yang selalu mampu membuat audiens turut terlibat. Fokus utama tetap pada peningkatan kualitas konten atau isi informasi yang disampaikan, mengingat pada variabel tersebut memiliki pengaruh yang sangat besar. Sisi lain menunjukkan adanya pengaruh sebesar 81,2 persen dalam penelitian Kamila (2023) mengenai postingan Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lalu lintas *followers*. Hasil penelitian tersebut dapat membuktikan bahwa kebutuhan informasi tidak hanya bergantung pada bagaimana cara menggunakan media sosialnya, namun juga kualitas pada informasi yang disampaikan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pada rumusan masalah kedua dan ketiga yaitu menerima H_1 dan menolak H_0 . Pada temuan ini juga menegaskan bahwa, adanya strategi komunikasi publik yang efektif berfokus pada isi informasi sebagai pilar utama dalam penyampaian informasi kepada masyarakat dengan media sosial sebagai sarana penyebaran informasinya.

KESIMPULAN

Pada penelitian ini membuktikan bahwa adanya pengaruh positif antara pemanfaatan media sosial dan kualitas konten terhadap pemenuhan kebutuhan informasi sektor transportasi laut. Pemanfaatan media sosial memiliki peran untuk memperluas jaringan hingga distribusi informasi kepada khalayak, sedangkan kualitas konten merupakan faktor utama dalam memenuhi kebutuhan informasi. Informasi yang akurat, relevan, dan mudah dipahami dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terkait informasi pada sektor transportasi laut. Temuan ini menjadi dasar bahwa komunikasi publik dapat dioptimalkan dengan adanya penguatan kualitas informasi yang disebarkan dengan media sosial sebagai alat distribusi informasinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. G. (2025). *Pengaruh Otsuka Factory Visit terhadap Brand Image di Mata Konsumen*. IPB University.
- Adila, G. Z. (2024). *Pemanfaatan Instagram sebagai Media Publikasi Informasi Pemerintah oleh Diskominfo Kabupaten Lampung Utara*. Institut Pemerintahan Dalam Negeri.
- Aji, A. (2025). Efektivitas Akun Instagram @Hskakseto sebagai Media Penyebaran Informasi Homeschooling Kak Seto. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 5(2), 363–368.
- Anggraini, L., & Mardiana, S. (2025). Penggunaan Media Sosial @Collegemenfess terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mengenai Perkuliahan bagi Followers. *Indonesian Social Science Review*, 3(1), 33–42. <https://doi.org/10.61105/issr.v3i1.139>.
- Arimiwati, I., & Astuti, V. F. (2025). Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Djplkemenhub151 sebagai Sarana Penyebaran Informasi Publik. *Jurnal Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan*, 6(2).
- Azis, M. A., Dharta, F. Y., & Oxygentri, O. (2025). Pengaruh Kualitas Konten pada Akun Instagram @Folkative terhadap Minat Baca pada Kalangan Generasi Z. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(4), 6949–6958.
- Azzahra, C. A., & Dianita, I. A. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram @Jaklingkoindonesia terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pengguna Jaklingko. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 105–113.
- Child, J. T., & Haridakis, P. (2018). Uses and Gratifications Theory. In *Engaging Theories in Family Communication*, (pp. 337–348). Thousand Oaks: Sage Publications.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: a ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. Taylor & Francis.
- Guha, B. (1978). *Documentation and Information: Services, Techniques and Systems*. Kolkata: World Press Private. <https://books.google.co.id/books?id=WjnHHAAACAAJ>.
- Jumadil, & Mokodompit, E. (2025). Peran Transportasi Laut dalam Mendukung Ekonomi Global: Analisis Arus Perdagangan, Konektivitas Logistik, dan Strategi Keberlanjutan. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, 6(4), 391–403.
- Novianti, E., Ruchiyat Nugraha, A., Komalasari, L., Komariah, K., & Rejeki, S. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah. *AL MUNIR Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 11(1), 48–59.
- Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. Boston: John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.