

D. Hasil dan Pembahasan

Objektif utama riset ini diarahkan untuk mengidentifikasi keterkaitan antara kemampuan akun @timnasindonesia dalam memenuhi kebutuhan informasi dengan kepuasan yang dirasakan pengikutnya. Seluruh informasi empiris berasal dari 100 responden yang memenuhi kriteria sebagai pengikut akun tersebut, kemudian diproses sebagai dasar penyusunan interpretasi.

Sebelum memasuki tahapan pemodelan statistik, terlebih dahulu dilakukan pemeriksaan distribusi data melalui One-Sample Kolmogorov–Smirnov Test guna memastikan kesesuaian dengan asumsi statistik parametrik. Distribusi dianggap memenuhi persyaratan ketika probabilitas melebihi 0,05. Perolehan probabilitas 0,133 memvisualisasikan distribusi data berada dalam kategori normal sehingga layak diteruskan menuju tahapan pengolahan berikutnya. Selanjutnya seluruh data diolah memanfaatkan SPSS v.25, mencakup pemetaan karakteristik responden, pembentukan model regresi linier sederhana, pemeriksaan hipotesis melalui statistik t, serta estimasi kemampuan model menggunakan R^2 .

Tabel 1 Uji Regresi Linear

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.439	1.213		3.660	.000
Pemenuhan Kebutuhan Informasi (X)	.737	.073	.716	10.151	.000

a. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan Followers (Y)

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 25 oleh peneliti (2026)

Besaran perubahan kepuasan pengikut yang dipicu oleh kemampuan media memenuhi kebutuhan informasi diproyeksikan melalui persamaan regresi linier sederhana. Persamaan tersebut menjadi representasi matematis yang menggambarkan arah hubungan sekaligus kecenderungan perubahan antar konstruk sehingga interpretasi terhadap pola

keterkaitan dapat dilakukan secara kuantitatif.

$$Y = 4.439 + 0.737X$$

Keterangan:

Y : Tingkat Kepuasan Followers

X : Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Berdasarkan model di atas, dapat dijelaskan:

Komponen konstanta bernilai 4,439 merepresentasikan kondisi dasar kepuasan pengikut ketika konstruk Pemenuhan Kebutuhan Informasi (X) diasumsikan tidak memberikan kontribusi sama sekali atau bernilai 0. Dengan demikian, titik awal prediksi untuk konstruk Tingkat Kepuasan Followers (Y) berada pada angka 4,439, sebelum mempertimbangkan keberadaan konstruk bebas di dalam model.

Koefisien regresi bernilai 0,737 memiliki arah positif. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu unit pada konstruk Pemenuhan Kebutuhan Informasi (X) akan diikuti pertambahan 0,737 unit pada konstruk Tingkat Kepuasan Followers (Y) apabila unsur lain di dalam model diasumsikan tetap. Dengan kata lain, kecenderungan hubungan yang terbentuk bergerak searah.

Tabel 2 Uji Koefisien determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square
1	.716 ^a	.513

a. Predictors: (Constant), Pemenuhan Kebutuhan Informasi (X)

b. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan Followers (Y)

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 25 oleh peneliti (2026)

Peneliti melakukan uji koefisien determinasi menggunakan rumus sebagai berikut.

$$KD = (r)^2 \times 100\%$$

$$KD = (0,716)^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,513 \times 100\%$$

$$KD = 51,3\%$$

Kemampuan konstruk Pemenuhan Kebutuhan Informasi dalam menerangkan perubahan pada konstruk Tingkat Kepuasan Followers dievaluasi melalui koefisien determinasi (R^2). Nilai ini merefleksikan proporsi keragaman kepuasan yang berhasil dijelaskan oleh model, sedangkan bagian yang tidak tercakup menggambarkan keberadaan unsur lain di luar ruang lingkup riset. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin besar pula daya jelas model terhadap perubahan konstruk dependen.

Kalkulasi R^2 menghasilkan angka 0,513. Artinya, sekitar 51,3% perubahan pada konstruk Tingkat Kepuasan Followers (Y) dapat diterangkan oleh konstruk Pemenuhan Kebutuhan Informasi (X). Adapun 48,7% sisanya berasal dari faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model empiris ini sehingga berada di luar cakupan pembahasan.

Tabel 3 Uji Hipotesis (Uji T)

H_0 : Pemenuhan Kebutuhan Informasi (X) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Followers (Y)

H_1 : Pemenuhan Kebutuhan Informasi (X) berpengaruh secara signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Followers (Y)

Coefficients

Model	Nilai t-	Nilai t-	Sig.
	hitung	tabel	
<i>(constant)</i> (α)	10. 151	1,660	0,000

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 25 oleh peneliti (2026)

Pembuktian terhadap dugaan ilmiah ditempuh melalui evaluasi statistik t dengan taraf probabilitas 5%. Probabilitas di bawah 0,05 menjadi dasar penerimaan hipotesis alternatif (H_1) sekaligus penolakan hipotesis nol (H_0). Sebaliknya, apabila probabilitas melampaui batas tersebut, maka H_0 tetap dipertahankan sementara H_1 tidak memperoleh dukungan empiris.

Perolehan statistik t memperlihatkan angka 10,151 disertai probabilitas 0,000. Karena probabilitas tersebut berada jauh di bawah ambang 0,05, maka H_0 tidak dipertahankan, sedangkan H_1 memperoleh dukungan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa keterkaitan antara Pemenuhan Kebutuhan Informasi (X) dan Tingkat Kepuasan Followers (Y) bukan sekadar kebetulan statistik. Arah koefisien regresi yang positif memvisualisasikan semakin optimal kebutuhan informasi audiens dapat dipenuhi oleh akun @timnasindonesia, semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan para pengikutnya. Besarnya statistik t turut memvisualisasikan keterkaitan tersebut memiliki kekuatan yang relatif tinggi dalam model yang digunakan.

Persamaan regresi yang terbentuk dapat dituliskan sebagai $Y = 4,439 + 0,737X$. Nilai 4,439 berfungsi sebagai titik awal estimasi ketika konstruk Pemenuhan Kebutuhan Informasi (X) diasumsikan tidak memberikan kontribusi. Sementara itu, koefisien 0,737 memperlihatkan arah pergerakan yang positif sehingga setiap kenaikan satu unit pada konstruk X akan diikuti kenaikan 0,737 unit pada konstruk Y, dengan asumsi seluruh komponen lain berada pada kondisi yang sama. Pola tersebut memvisualisasikan perubahan pada kemampuan media memenuhi kebutuhan informasi berjalan seiring dengan bertambahnya kepuasan yang dirasakan para pengikut akun.

Kapasitas model dalam menerangkan perubahan kepuasan tercermin melalui R^2 sebesar 0,513. Angka tersebut mengisyaratkan bahwa 51,3% dinamika pada konstruk Tingkat Kepuasan Followers dapat diterangkan oleh konstruk Pemenuhan Kebutuhan Informasi, sedangkan 48,7% lainnya berkaitan dengan unsur-unsur lain yang tidak dimasukkan ke dalam ruang lingkup riset ini. Proporsi yang melampaui separuh total keragaman memvisualisasikan kemampuan media dalam memenuhi kebutuhan informasi memiliki peranan yang cukup dominan terhadap pembentukan kepuasan audiens. Walaupun demikian, masih terdapat ruang yang cukup besar bagi aspek lain, seperti mutu

visual konten, reputasi akun, intensitas interaksi, konsistensi publikasi, maupun karakteristik pribadi pengguna yang belum tercakup di dalam model.

Pemeriksaan terhadap hipotesis memperlihatkan statistik t sebesar 10,151 dengan probabilitas 0,000. Nilai tersebut berada jauh di bawah ambang 0,05, sehingga dugaan ilmiah yang diajukan memperoleh dukungan empiris. Dengan demikian, kemampuan akun @timnasindonesia dalam memenuhi kebutuhan informasi memiliki keterkaitan positif terhadap kepuasan para pengikutnya. Besarnya statistik t sekaligus mengindikasikan bahwa kecenderungan tersebut memiliki tingkat keyakinan yang tinggi pada model yang digunakan.

Seluruh rangkaian pengolahan data mengarah pada satu pola yang konsisten, yakni kepuasan pengikut meningkat ketika kebutuhan informasi mereka semakin terpenuhi. Kontribusi konstruk Pemenuhan Kebutuhan Informasi yang mencapai 51,3% memvisualisasikan faktor tersebut menempati posisi penting dalam membentuk pengalaman bermedia para followers akun @timnasindonesia. Temuan empiris ini memvisualisasikan penyajian informasi yang akurat, relevan, mudah dipahami, lengkap, dan tepat waktu merupakan unsur yang berperan besar dalam membangun kepuasan pengguna. Oleh sebab itu, dugaan ilmiah yang diajukan memperoleh dukungan dari keseluruhan bukti statistik yang tersedia.

Pemenuhan Kebutuhan Informasi Media Sosial Instagram terhadap Tingkat Kepuasan Followers Akun @timnasindonesia

Tabel 4 Persentase Pernyataan

Indikator	Pernyataan	Setuju	Sangat Setuju	Total
X1	X1	39	19	58%
	X2	40	17	57%
X2	X3	45	22	67%
	X4	41	18	59%
X3	X5	34	25	59%
	X6	37	24	61%
Y1	Y1	28	29	57%

Indikator	Pernyataan	Setuju	Sangat Setuju	Total
	Y2	32	26	58%
Y2	Y3	28	29	57%
	Y4	33	28	61%
Y3	Y5	34	25	59%
	Y6	46	16	62%

Sumber: olah data peneliti (2026)

Pada variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi (X), indikator memahami peristiwa terkini memperoleh persentase jawaban setuju dan sangat setuju sebesar 58% (X1) dan 57% (X2), yang menunjukkan bahwa followers memanfaatkan akun @timnasindonesia untuk memperoleh informasi terbaru mengenai Tim Nasional Indonesia. Indikator mendapatkan informasi yang akurat memperoleh persentase 67% (X3) dan 59% (X4), menunjukkan bahwa responden menilai akun tersebut sebagai sumber informasi yang kredibel. Sementara itu, indikator mencari fakta atau data memperoleh persentase 59% (X5) dan 61% (X6), yang menunjukkan bahwa akun ini mampu memenuhi kebutuhan followers terhadap informasi yang objektif dan berbasis data. Temuan tersebut sesuai dengan indikator kebutuhan informasi dalam teori Uses and Gratifications yang menekankan bahwa pengguna secara aktif memilih media yang mampu memenuhi kebutuhan kognitifnya.

Pada variabel Tingkat Kepuasan Followers (Y), indikator mendapatkan informasi terkini memperoleh persentase 57% (Y1) dan 58% (Y2), sedangkan indikator informasi yang diperoleh bermanfaat memperoleh persentase 57% (Y3) dan 61% (Y4). Adapun indikator membantu memahami isu kompleks memperoleh persentase tertinggi, yaitu 59% (Y5) dan 62% (Y6). Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas followers merasa informasi yang diberikan akun @timnasindonesia mampu memenuhi kebutuhan mereka, baik dalam memperoleh informasi terbaru, memberikan manfaat, maupun membantu memahami isu-isu terkait Tim Nasional Indonesia. Kondisi ini menggambarkan tercapainya Gratification Obtained, yaitu kepuasan yang diperoleh setelah kebutuhan informasi pengguna terpenuhi.

Perolehan empiris pada riset ini memiliki keselarasan dengan temuan RA Andika (2023) yang mengemukakan bahwa kemampuan Instagram memenuhi kebutuhan informasi berkaitan erat dengan kepuasan pengguna. Kesesuaian serupa turut tampak pada kajian Fina Fadhilatul Muna (2025) yang memvisualisasikan mutu informasi mengenai Tim Nasional Indonesia yang dipublikasikan melalui Instagram mampu meningkatkan kepuasan para pengikut. Keterhubungan tersebut memperkuat pandangan bahwa informasi yang aktual, dapat dipercaya, relevan, dan mudah dipahami merupakan elemen penting dalam membangun pengalaman positif pengguna media sosial.

Seluruh bukti empiris yang diperoleh memvisualisasikan Uses and Gratifications Theory masih memiliki relevansi yang kuat dalam menjelaskan perilaku pengguna media sosial pada konteks ini. Para pengikut akun @timnasindonesia tidak bertindak sebagai penerima informasi secara pasif, melainkan secara sadar memilih akun tersebut untuk memperoleh informasi yang cepat, akurat, kredibel, dan berbasis fakta. Ketika ekspektasi tersebut dapat dipenuhi, kepuasan pengguna ikut terbentuk. Kesesuaian antara bukti statistik yang diperoleh dengan kerangka konseptual tersebut memvisualisasikan kemampuan media dalam memenuhi kebutuhan informasi merupakan salah satu unsur utama yang membentuk pengalaman positif para followers.