



Pengaruh Komunikasi Massa Instagram MedanTalk Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Warga Kota Medan

The Influence of Mass Communication MedanTalk Instagram on Fulfilling the Information Needs of Medan City Residents

Arif Wahyudi, Taufik Wal Hidayat* & Selamat Riadi

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik,
Universitas Medan Area, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini dilakukan pada pengikut akun Instagram MedanTalk dengan tujuan menganalisis pengaruh komunikasi massa terhadap pemenuhan kebutuhan informasi warga Kota Medan. Latar belakang penelitian ini berangkat dari tingginya ketergantungan masyarakat urban terhadap media sosial sebagai sumber informasi alternatif yang cepat, mudah diakses, dan interaktif. Populasi penelitian mencakup 1,8 juta pengikut akun MedanTalk, dengan sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling agar lebih sesuai dengan tujuan penelitian. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner daring dan dianalisis menggunakan regresi linier sederhana untuk menguji hubungan antara komunikasi massa dan pemenuhan kebutuhan informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi massa melalui akun MedanTalk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi warga Kota Medan, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,957. Hal ini membuktikan bahwa semakin intens komunikasi massa dilakukan melalui media sosial, semakin tinggi pula tingkat pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat. Temuan penelitian ini sejalan dengan teori Uses and Gratification yang menegaskan bahwa audiens secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan kognitif, sosial, fungsional, maupun hiburan. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan studi komunikasi digital, serta menegaskan bahwa media sosial lokal seperti MedanTalk berperan strategis sebagai sarana informasi publik yang relevan, cepat, dan kredibel di era digital.

Kata Kunci: Komunikasi Massa; Pemenuhan Kebutuhan Informasi; Warga Kota Medan.

Abstract

This study was conducted on followers of the MedanTalk Instagram account with the aim of analyzing the influence of mass communication on fulfilling the information needs of Medan City residents. The background of this research lies in the increasing reliance of urban communities on social media as an alternative source of fast, accessible, and interactive information. The study population consisted of 1.8 million MedanTalk followers, with a sample of 100 respondents selected through purposive sampling to ensure alignment with the research objectives. Data were collected through online questionnaires and analyzed using simple linear regression to examine the relationship between mass communication and the fulfillment of information needs. The findings indicate that mass communication through the MedanTalk account has a positive and significant effect on meeting the information needs of Medan residents, with a regression coefficient value of 0.957. This suggests that the more intensive the use of mass communication via social media, the greater the extent to which public information needs are fulfilled. These results are consistent with the Uses and Gratification Theory, which emphasizes that audiences actively engage with media to satisfy cognitive, social, functional, and entertainment needs. This research contributes significantly to the development of digital communication studies, highlighting that local social media platforms such as MedanTalk play a strategic role in providing relevant, timely, and credible information to the public in the digital era.

Keywords: Mass Communication; Information Needs Fulfillment; Medan City Residents.

How to Cite: Wahyudi, A., Hidayat, T.W., & Riadi, S., (2025). Pengaruh Komunikasi Massa Instagram MedanTalk Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Warga Kota Medan, *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 7(2): 283-290,

*E-mail: taufikwalhidayat@staff.uma.ac.id

ISSN 2722-1148 (Online)



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada era modern, khususnya pasca Perang Dunia II, telah membawa transformasi besar dalam kehidupan manusia. Inovasi teknologi terus bermunculan dan susul menyusul, memberikan berbagai kemudahan sekaligus mengubah cara manusia berinteraksi, bekerja, dan memenuhi kebutuhan sehari-hari (Hidayat, 2008). Perubahan ini juga berdampak signifikan pada ranah komunikasi, dimana penyebaran informasi kini berlangsung lebih cepat, masif, dan interaktif berkat hadirnya media digital.

Komunikasi massa, yang pada masa lalu hanya mengandalkan media tradisional seperti surat kabar, radio, dan televisi, kini mengalami pergeseran fundamental dengan hadirnya media sosial. Instagram, misalnya, telah berkembang dari sekadar aplikasi berbagi foto menjadi salah satu platform komunikasi digital yang paling berpengaruh. Dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan di dunia (Statista Research Department, 2024), Instagram menjadi ruang publik baru yang efektif dalam penyebaran informasi, membangun opini, sekaligus mempertemukan beragam kepentingan masyarakat.

Dalam konteks Indonesia, penggunaan media sosial menunjukkan tren yang semakin meningkat. Laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2023) mencatat bahwa lebih dari 77% penduduk Indonesia telah terhubung dengan internet, dengan media sosial sebagai salah satu layanan paling banyak diakses. Fenomena ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia kini semakin bergantung pada media sosial, tidak hanya untuk bersosialisasi, tetapi juga untuk memperoleh informasi terkini, baik yang bersifat personal maupun publik.

Salah satu kota besar di Indonesia yang juga mengalami penetrasi media sosial yang tinggi adalah Kota Medan. Sebagai kota metropolitan terbesar ketiga di Indonesia, Medan memiliki dinamika sosial yang kompleks, termasuk kebutuhan informasi lokal yang beragam. Dalam konteks ini, akun Instagram *MedanTalk* hadir sebagai salah satu media alternatif yang menyajikan informasi lokal secara cepat dan interaktif. Konten yang disajikan beragam, mulai dari berita lalu lintas, kegiatan sosial, hingga isu-isu publik yang sedang hangat dibicarakan.

Keberadaan *MedanTalk* bukan sekadar fenomena media sosial biasa, melainkan juga wujud nyata dari praktik *citizen journalism* di era digital. Studi terbaru menegaskan bahwa akun ini menjadi contoh bagaimana masyarakat dapat berperan langsung dalam proses penyebaran informasi, bahkan mengisi kekosongan yang seringkali tidak dapat dijangkau oleh media arus utama (Satria & Wiana, 2025). Hal ini menunjukkan adanya perubahan paradigma komunikasi massa, dari komunikasi satu arah menuju komunikasi yang lebih interaktif dan partisipatif.

Namun demikian, meskipun penggunaan Instagram untuk pemenuhan kebutuhan informasi telah banyak diteliti dalam konteks umum—misalnya pada mahasiswa atau komunitas tertentu (Akbar & Ginting, 2020; Yuliana, 2022) penelitian spesifik mengenai peran akun lokal seperti *MedanTalk* dalam memenuhi kebutuhan informasi warga Kota Medan masih relatif terbatas. Padahal, dengan jumlah pengikut lebih dari 1,8 juta, akun ini berpotensi besar memengaruhi cara masyarakat Medan memperoleh dan memaknai informasi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kekosongan kajian ilmiah mengenai peran komunikasi massa digital melalui akun Instagram *MedanTalk*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan studi komunikasi digital di Indonesia, khususnya dalam memahami dinamika media sosial lokal sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan secara akademis, tetapi juga bermanfaat secara praktis bagi masyarakat, pengelola media sosial, dan pembuat kebijakan di bidang komunikasi dan informasi.

METODE PENELITIAN

Komunikasi merupakan upaya manusia yang mendasar. Hampir setiap hari, individu terlibat dalam berbagai bentuk komunikasi, baik langsung maupun tidak langsung. Melalui tindakan komunikasi, individu mampu membangun hubungan satu sama lain, baik dalam konteks kegiatan sehari-hari — dalam lingkungan domestik, di lingkungan profesional, di pasar, dalam pengaturan sosial, atau di lokasi mana pun di mana manusia bertemu. Tidak ada individu yang menahan diri dari berpartisipasi dalam proses komunikasi (Komunikasi et al., 2019)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena bertujuan untuk mengukur pengaruh komunikasi massa yang dilakukan melalui akun Instagram MedanTalk terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Kota Medan. Pendekatan kuantitatif memberikan hasil yang lebih objektif dan terukur melalui data numerik yang dianalisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2020). Penelitian ini akan mengumpulkan data dari responden dengan menggunakan kuesioner untuk mengidentifikasi persepsi masyarakat mengenai komunikasi massa melalui Instagram dan pemenuhan kebutuhan informasi mereka.

Tabel 1. Tabel Operasionalisasi Variabel

Variabel	Pengertian	Dimensi	Indikator
Komunikasi Massa (X ₁)	Proses penyampaian pesan kepada audiens akun MedanTalk melalui platform Instagram (Handayani, 2020)	Interaktivitas	Keterlibatan dalam diskusi dan frekuensi berinteraksi
		Kredibilitas sumber	Tingkat kepercayaan terhadap akun MedanTalk
		Kualitas informasi	Relevansi dan manfaat informasi yang di unggah
		Frekuensi penggunaan	Frekuensi pengguna mengakses akun MedanTalk.
Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)	Proses audiens Medan Talk dalam memperoleh dan menggunakan informasi untuk memenuhi kebutuhan kognitif, fungsional, sosial atau emosial (Puspitadewi & Widodo, 2016)	Kebutuhan kognitif	Tingkat pemahaman pengguna terhadap informasi yang disampaikan
		Kebutuhan sosial	Pengaruh informasi dari MedanTalk terhadap interaksi pengguna informasi yang diberikan oleh MedanTalk digunakan dalam kehidupan sehari-hari
		Kebutuhan Fungsional	
		Kebutuhan Hiburan	Frekuensi interaksi pengguna terhadap konten hiburan MedanTalk

Sumber : (Handayani, 2020; Puspitadewi & Widodo, 2016)

Populasi pada penelitian ini adalah jumlah pengikut akun instagram @MedanTalk yang berjumlah 1,8 juta pengikut. Untuk mencari jumlah sampel digunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10% maka jumlah sampel pada penelitian ini sebesar 100 orang pengikut akun MedanTalk dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *puposive sampling*, *puposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu (Sugiyono, 2020), kriteria sampel pada peneltian ini adalah : 1 pengguna telah mengikuti akun instagram MedanTalk lebih dari 6 bulan, 2 pengguna pernah berkomentar, menyukai dan menyebarkan postingan akun instagram MedanTalk, dan 3 pengguna sering melihat postingan MedanTalk dalam 3 bulan terakhir. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban kuesioner. Selanjutnya,

digunakan analisis regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh komunikasi massa (X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y).

Alasan penggunaan regresi linier sederhana adalah karena penelitian ini hanya melibatkan satu variabel bebas (komunikasi massa) dan satu variabel terikat (pemenuhan kebutuhan informasi). Regresi linier sederhana memungkinkan peneliti mengetahui arah hubungan, besaran pengaruh, serta signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat secara kuantitatif (Ghozali, 2018). Analisis data dilakukan dengan bantuan software SPSS versi 26, yang digunakan untuk menguji validitas, reliabilitas, analisis deskriptif, serta uji regresi.

Uji validitas reabilitas untuk menguji setiap butir pernyataan kuisioner apakah layak untuk diteruskan menjadi instrument penelitian dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Uji validitas reabilitas

	R hitung	R tabel	Keterangan
Komunikasi Massa 1	,739	0,360	Valid
Komunikasi Massa 2	,830	0,360	Valid
Komunikasi Massa 3	,760	0,360	Valid
Komunikasi Massa 4	,904	0,360	Valid
Komunikasi Massa 5	,706	0,360	Valid
Komunikasi Massa 6	,860	0,360	Valid
Komunikasi Massa 7	,694	0,360	Valid
Komunikasi Massa 8	,827	0,360	Valid
Pemenuhan Kebutuhan Informasi 1	,769	0,360	Valid
Pemenuhan Kebutuhan Informasi 2	,613	0,360	Valid
Pemenuhan Kebutuhan Informasi 3	,785	0,360	Valid
Pemenuhan Kebutuhan Informasi 4	,777	0,360	Valid
Pemenuhan Kebutuhan Informasi 5	,854	0,360	Valid
Pemenuhan Kebutuhan Informasi 6	,763	0,360	Valid
Pemenuhan Kebutuhan Informasi 7	,812	0,360	Valid
Pemenuhan Kebutuhan Informasi 8	,829	0,360	Valid

Dari hasil uji validitas dapat dinyatakan bahwa setiap butir pernyataan memiliki nilai r hitung > r tabel sehingga setiap kuisioner dinyatakan valid sehingga dapat diteruskan ke uji reabilitas. Hasil uji reabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,965	16

Dari hasil reabilitas didapatkan nilai 0,965 dimana lebih besar dari 0,600 yang artinya setiap butir dinyatakan reliabel dan layak diteruskan menjadi instrument penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah individu yang mengikuti akun Instagram @MedanTalk. MedanTalk berfungsi sebagai portal yang berkembang pesat untuk informasi, berita, narasi, dan kegiatan promosi yang berkaitan dengan kota Medan, yang mencerminkan kemajuan teknologi informasi dan media sosial. Didirikan pada tahun 2007, MedanTalk tidak hanya memiliki situs web aktif tetapi juga memiliki kehadiran media sosial yang signifikan, membanggakan pengikut terbesar dan paling terlibat di Medan. Akun Instagram Medan Talk (@medantalk) menempati peringkat sebagai platform paling menonjol, di mana 90% postingannya terdiri dari video dan gambar yang terkait dengan insiden lalu lintas yang terjadi di Sumatera Utara. Konten yang disebarluaskan melalui akun ini sering bersumber dari media arus utama dan kontribusi yang dibuat oleh pengikutnya. Saat ini, akun Instagram @Medantalk memegang keunggulan sebagai akun media sosial terkemuka di Medan, dengan 1,8 juta pengikut.

Selain itu, akun ini sering mempromosikan diskon dan penawaran yang mungkin menarik bagi audiensnya. Akun Instagram Medan Talk berfungsi sebagai sarana untuk menyebarluaskan berbagai informasi, khususnya mengenai kota Medan. Akun ini memfasilitasi berbagai informasi dengan memposting pesan dari komunitas Medan yang telah ditandai oleh @medantalk handle. Konten yang disediakan oleh Medan Talk meliputi hiburan, materi informasi, baik akademik maupun non-akademik, wawasan kuliner terkait kota Medan, serta beragam informasi lainnya yang diunggah ke platform Instagram Medan Talk (Sakinah & Batubara, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,118	1,739		1,218	,226
Komunikasi Massa	,957	,057	,860	16,657	,000

a. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, penelitian ini menemukan bahwa komunikasi massa yang dilakukan melalui akun Instagram MedanTalk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Kota Medan. Koefisien regresi sebesar 0,957 menunjukkan adanya hubungan positif, yang berarti semakin intensif komunikasi massa dilakukan, semakin tinggi pula tingkat pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat. Hal ini diperkuat dengan hasil uji statistik, di mana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung (16,657) lebih besar dibandingkan t tabel (1,66), sehingga hipotesis penelitian (H1) diterima. Temuan ini sejalan dengan teori Uses and Gratification (Katz et al., 1973) yang menegaskan bahwa audiens memanfaatkan media secara aktif untuk memenuhi beragam kebutuhan. Dalam konteks ini, pengikut MedanTalk tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga aktif memilih dan memanfaatkan informasi yang relevan dengan kebutuhan mereka. Informasi yang disajikan, baik berupa berita lokal, isu sosial, maupun hiburan, mampu memenuhi kebutuhan kognitif, afektif, sosial, hingga fungsional masyarakat. Dengan demikian, komunikasi massa melalui MedanTalk terbukti efektif dalam meningkatkan akses dan pemanfaatan informasi, sekaligus memperkuat peran media sosial sebagai saluran informasi utama di masyarakat perkotaan.

1. Kebutuhan kognitif

Kebutuhan kognitif merupakan dorongan audiens untuk memperoleh pengetahuan, pemahaman, dan informasi baru yang relevan dengan kehidupan mereka. Pada konteks MedanTalk, kebutuhan ini tercermin dari akses pengikut terhadap informasi seputar lalu lintas, berita lokal, serta isu sosial di Kota Medan. Informasi yang cepat dan aktual membantu masyarakat untuk mengetahui kondisi terkini, misalnya jalur lalu lintas yang macet atau perkembangan kasus sosial yang sedang terjadi. Hal ini membuat audiens merasa lebih siap dalam menghadapi situasi sehari-hari. Selain itu, informasi yang diberikan juga memperkaya wawasan sehingga masyarakat tidak hanya menjadi konsumen informasi pasif, melainkan individu yang mampu mengambil keputusan berdasarkan informasi yang tersedia.

2. Kebutuhan sosial

Kebutuhan sosial audiens terpenuhi melalui interaksi yang terjadi di kolom komentar, likes, maupun fitur berbagi konten. Aktivitas ini memberikan ruang bagi pengikut untuk mengekspresikan pendapat, berbagi pengalaman, atau sekadar menunjukkan keterlibatan dengan isu yang sedang dibahas. Lebih jauh, interaksi ini memperkuat rasa keterhubungan antar pengguna, sehingga tercipta komunitas virtual yang solid. Rasa kebersamaan dalam

mendiskusikan isu lokal juga menumbuhkan identitas kolektif, di mana masyarakat merasa memiliki keterikatan dengan lingkungan sosialnya.

3. Kebutuhan fungsional

Kebutuhan fungsional muncul ketika informasi yang disajikan dapat dimanfaatkan langsung dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya, informasi lalu lintas digunakan oleh pengguna untuk menghindari kemacetan atau menentukan rute alternatif, sedangkan konten promo lokal atau rekomendasi kuliner membantu masyarakat dalam mengambil keputusan konsumsi. Fungsi praktis ini menjadikan MedanTalk tidak hanya sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai panduan hidup sehari-hari yang relevan dan bermanfaat.

4. Kebutuhan hiburan

Selain menyajikan informasi serius, MedanTalk juga memenuhi kebutuhan hiburan audiens. Konten-konten ringan berupa humor, meme, narasi singkat, hingga cerita hiburan lokal menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Hiburan ini tidak hanya berfungsi untuk mengurangi kejenuhan, tetapi juga menciptakan pengalaman emosional positif yang membuat audiens lebih terikat pada akun tersebut. Kombinasi antara informasi dan hiburan menjadikan MedanTalk sebagai platform yang seimbang, di mana masyarakat memperoleh manfaat ganda: pengetahuan sekaligus hiburan.

Hasil ini sejalan dengan berbagai penelitian terbaru tentang peran media sosial lokal dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Misalnya, studi oleh Satria & Wiana (2025) menegaskan bahwa MedanTalk dapat dikategorikan sebagai bentuk citizen journalism digital, di mana masyarakat tidak hanya berperan sebagai konsumen informasi, tetapi juga sebagai produsen informasi melalui partisipasi aktif, seperti mengirimkan video, foto, atau laporan kejadian di sekitar mereka. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran paradigma komunikasi massa yang sebelumnya bersifat satu arah pada media tradisional, kini menjadi lebih partisipatif dan interaktif di era digital.

Selain itu, penelitian Akbar & Ginting (2020) juga menemukan bahwa citra merek (brand image) dan intensitas penggunaan akun MedanTalk berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikutnya. Hal ini berarti kepercayaan masyarakat terhadap kredibilitas konten MedanTalk menjadi faktor penting yang menentukan tingkat keterlibatan audiens. Temuan ini konsisten dengan teori Uses and Gratification yang menekankan bahwa khalayak menggunakan media secara aktif sesuai dengan kebutuhan dan motivasi mereka, baik untuk memperoleh informasi, hiburan, maupun interaksi sosial.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkuat literatur terdahulu, tetapi juga memberikan kontribusi baru dalam konteks komunikasi digital lokal, khususnya di Kota Medan. Temuan ini memperbarui bukti empiris bahwa media sosial berbasis komunitas seperti MedanTalk memainkan peran strategis dalam pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat perkotaan, sekaligus mempertegas posisi media sosial lokal sebagai alternatif dari media arus utama.

Dengan demikian, hasil ini mempertegas bahwa MedanTalk menjadi media alternatif yang mampu memenuhi berbagai kebutuhan informasi warga Medan secara efektif. Uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,860 ^a	,739	,736	2,504

a. Predictors: (Constant), Komunikasi Massa

Berdasarkan tabel 5, diperoleh nilai R sebesar 0,860, yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara komunikasi massa dengan pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Medan. Selanjutnya, nilai R Square sebesar 0,739 menunjukkan bahwa 73,9% variasi

pemenuhan kebutuhan informasi dapat dijelaskan oleh variabel komunikasi massa melalui konten yang disajikan MedanTalk, sedangkan sisanya 26,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti media massa konvensional, komunikasi interpersonal, maupun platform digital lainnya.

Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,736 memperlihatkan konsistensi hasil, yang berarti model regresi yang digunakan cukup stabil dalam memprediksi hubungan antara variabel. Nilai Std. Error of the Estimate sebesar 2,504 juga menunjukkan tingkat kesalahan prediksi yang relatif rendah, sehingga model dapat dianggap representatif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa yang dilakukan MedanTalk berperan signifikan dalam membentuk pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat, baik dalam aspek kognitif, sosial, maupun hiburan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa melalui akun Instagram MedanTalk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi warga Kota Medan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 16,657 yang lebih besar daripada t tabel 1,66 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Temuan ini mendukung hasil penelitian (Safira, 2023) yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa, sehingga hipotesis penelitian (H1) diterima.

Analisis deskriptif juga menunjukkan bahwa postingan akun Instagram *MedanTalk* memiliki dampak nyata terhadap perilaku masyarakat. Informasi mengenai kondisi lalu lintas, tindak kriminalitas, maupun isu sosial membuat warga lebih berhati-hati dan waspada dalam aktivitas sehari-hari. Konten yang dipublikasikan *MedanTalk* sering menjadi bahan diskusi publik, khususnya di kalangan anak muda, sehingga memperkuat fungsi media sosial tidak hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial. Implikasi praktis dari temuan ini adalah bahwa pengelola *MedanTalk* perlu terus menjaga kredibilitas kontennya agar tetap dipercaya publik, sekaligus memperluas peran sebagai media edukasi publik melalui kampanye sosial, literasi digital, dan promosi bisnis lokal. Dengan interaktivitas yang tinggi, akun ini juga dapat lebih mengoptimalkan partisipasi masyarakat dalam praktik *citizen journalism* untuk memperkaya informasi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari warga Medan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini mempertegas relevansi teori Uses and Gratification, di mana pengikut *MedanTalk* secara aktif menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi kognitif, sosial, fungsional, maupun hiburan. Pada saat yang sama, penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan studi komunikasi digital serta memberikan panduan praktis bagi pengelola media lokal untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana informasi publik yang efektif, cepat, dan interaktif.

REFERENSI

- Akbar, F., & Ginting, R. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Penggunaan Instagram @MedanTalk terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal SOMASI (Sosial Humaniora Komunikasi)*, 1(2), 277–285.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023). *Laporan Survei Internet APJII 2023: Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. <https://apjii.or.id>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, W. S. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @pinterpolitik terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Komunikasi, H., Pasien, I., Dokter, D., & Kecerdasan, M. (2019). *Putri Noviana Agustina et al, Hubungan Komunikasi Interpersonal Pasien Dan Dokter Melalui Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence) : Sebuah*

Arif Wahyudi, Taufik Wal Hidayat & Selamat Riadi, Pengaruh Komunikasi Massa Instagram MedanTalk Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Warga Kota Medan

Tinjauan Literatur. 102–111.

- Puspitadewi, D., & Widodo, W. (2016). Pemenuhan Kebutuhan Informasi melalui Media Sosial. *Repository UMJ*.
- Safira, M. Y. (2023). Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting. *Sosial Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik*, 3, 1196–1208. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i4.2078>
- Sakinah, N., & Batubara, A. K. (2023). Peran Medan Talk Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Medan. *Journalism, Public Relation and Media Communication Studies Journal (JPRMEDCOM)*, 5(1), 1–8. <https://doi.org/10.35706/jprmedcom.v5i1.9370>
- Satria, D., & Wiana, A. R. (2025). Understanding The Role of Citizen Journalism in Social Media: A Phenomenological Approach to The “MedanTalk” Instagram Account. *Indonesian Journal of Communication and Social*, 2(1), 5–7.
- Statista Research Department. (2024). *Number of monthly active Instagram users worldwide as of January 2024*.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Yuliana, R. (2022). The Effect of Social Media Instagram on Fulfilling the Information Needs of Students. *Jurnal Komunikasi Dan Informasi*, 6(1), 45–53.