

*The Relationship Between The Information In Instagram  
@fxsudirman Account with Followers Attitude to  
Fx Sudirman Mall*

**Hubungan Antara Informasi dalam Akun Instagram @fxsudirman  
dengan Sikap Followers Terhadap Mall Fx Sudirman**

Oleh :

Cathrin Pebruanty Simanjuntak  
Trie Damayanti  
Kokom Komariah  
Program Studi Hubungan Masyarakat  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Padjadjaran  
*cathrin.simanjuntak@gmail.com*

**Abstrak.** Penelitian berjudul Hubungan antara Informasi dalam Akun Instagram dengan Sikap *Followers* terhadap Mall FX Sudirman ini merupakan penelitian yang berawal dari aktivitas penyebaran informasi yang dilakukan oleh Mall FX Sudirman melalui media sosial Instagram. Penelitian ini dilakukan untuk menguji teori Integrasi Informasi dengan mencoba mengetahui sejauh mana hubungan antara valensi informasi dalam akun instagram @fxsudirman dengan sikap follower dan sejauhmana bobot informasi dalam akun instagram @fxsudirman dengan sikap follower. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional, melalui uji hipotesis *Rank Spearman* dengan teknik analisis deskriptif dan inferensial. Responden penelitian ini sebanyak 91 orang yang terpilih berdasarkan teknik sampling sistematis. Teknik pengambilan data yang digunakan yaitu kuesioner, observasi, dan wawancara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa informasi dalam akun *instagram @fxsudirman* memiliki hubungan yang cukup berarti dengan sikap *followers*-nya. Hal tersebut disebabkan oleh aspek valensi informasi yang positif dan bobot informasi yang tinggi berkorelasi positif terhadap sikap *followers*. Kesimpulan yang didapat bahwa informasi dalam @fxsudirman dapat membentuk sikap *followers* akun instagram mall FX Sudirman. Saran yang diberikan secara praktis agar @fxsudirman menambah jumlah posting-an gambar atau foto yang disertai *caption* dengan penjelasan yang detail juga membalas atau menjawab setiap pertanyaan atau komentar dari *follower*-nya untuk lebih membentuk sikap *followers* terhadap @fxsudirman.

**Kata Kunci :** hubungan, Informasi, Sikap

**Abstract.** The study entitled the relationship between information in Instagram account with Attitude Followers of the Mall FX Sudirman This is a research that started from the information activities undertaken by the Mall FX Sudirman through social media Instagram. This study was conducted to test the theory, Information Integration by trying to determine the extent of the relationship between the valence @fxsudirman instagram account information in the manner and extent of weight follower account information with an attitude @fxsudirman instagram followers. The method used in this study is correlational method,

*through hypothesis test Rank Spearman (rs) with descriptive and inferential analysis techniques. Respondents of this study as many as 91 people were selected by systematic sampling technique. Data collection techniques used were questionnaires, observations, and interviews. The results of this study indicate that the information in @fxsudirman instagram account has a significant relationship with the attitude of his followers. This is due to the positive aspects of the information valence and high weights were positively correlated information on the attitudes of followers. It was concluded that the information in @fxsudirman can shape the attitudes followers instagram account Sudirman FX mall. The advice given is practical in order to increase the number of post-@fxsudirman an image or photo caption accompanied with detailed explanations also reply to or menjaawab any question or comments from his followers to further shape attitudes towards @ FX Sudirman followers.*

**Keywords:** *Relations, Information, Attitude*

## PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini membuat masyarakat terus membutuhkan suatu informasi yang baru tiap waktunya. Hal ini dikarenakan informasi menjadi kebutuhan yang diperlukan manusia sehingga seiring perkembangan zaman informasi semakin hari semakin bertambah menjadikan banyak media informasi yang digunakan. Dimana informasi yang didapatkan oleh masyarakat membutuhkan suatu perantara yang signifikan dan terpercaya. Salah satu perantara berkomunikasi serta mendapatkan suatu informasi adalah dengan adanya teknologi internet.

Pertumbuhan jaringan informasi internet yang semakin pesat membuat publik semakin mudah untuk mengkonsumsi sebuah informasi. Dimana *cyber media* atau biasa disebut dengan media internet membuat publik terutama pengguna media internet mudah menemukan informasi yang sedang dibutuhkan. Hal ini jelas terlihat media internet memiliki pengaruh besar terhadap kebutuhan publik karena efektifitas serta efisiensi dari media internet tersebut.

Beberapa jejaring sosial yang berhasil populer belakangan ini diantaranya, yaitu *Facebook* yang masih menduduki pertama sampai tahun ini, kemudian untuk menduduki posisi kedua yaitu *Twitter*, disusul dengan *Linkedin*, *Pinterest*, *Google+*, *Tumblr*, *Instagram*,

*VK*, *Flickr*, *Vine*, dan *Path*.

Mall FX Sudirman juga memperhatikan jejaring sosial apa saja yang digunakan dalam penyebaran informasi tentang perusahaannya. Jejaring sosial yang dimiliki oleh mall FX Sudirman meliputi *website*, *instagram*, serta *twitter*. Mall FX Sudirman lebih memfokuskan penyebaran informasinya dengan *instagram* serta *twitter*. Sesuai dengan fungsi *instagram* serta fungsi dari *Public Relations* sebagai media dan mediator penyebaran informasi mengenai mall FX Sudirman, segala konten informasi dalam *instagram @fxsudirman* sesuai dengan ranahan *Public Relations mall FX Sudirman*.

Informasi yang disebar dalam akun *instagram @fxsudirman* berupa *mall* memiliki tempat berbelanja serta tempat hiburan bagi masyarakat. Dimana tempat berbelanja pada *mall FX Sudirman* menyediakan produk bagi pria dan wanita dari *brand* lokal dan *brand* luar negeri, peralatan olahraga, pakaian olahraga, dan menjual alat-alat elektronik. Tidak hanya sebagai tempat berbelanja, gambar atau foto yang *diposting* menginformasikan bahwa mall FX Sudirman tempat hiburan dimana *mall* menyediakan tempat nongkrong untuk anak muda hingga orang dewasa yang menjual makanan atau minuman, tempat mainan untuk anak-anak, tempat bioskop, karaoke, dan *indoor slider*. Selain itu, informasi yang diberikan berupa jasa kecantikan dan

kesehatan, ada beberapa salon serta tempat refleksi.

Saat ini *mall* FX Sudirman yang berada di pusat Jakarta menyadari akan pentingnya penyebaran informasi yang dilakukan melalui akun *instagram*. Mall FX Sudirman mulai menggunakan akun *instagram* sejak pertengahan 2012. Setiap tahunnya jumlah *followers* dalam akun *instagram* @fxsudirman mengalami perubahan baik menurun dan meningkat. Dimana yang diharapkan oleh pihak *mall* FX Sudirman, *followers* terus bertambah tiap harinya yang menunjukkan bahwa informasi yang disebarikan telah diterima dengan baik dan positif oleh masyarakat. Namun dengan naik turunnya jumlah *followers*, hal ini terlihat bahwa masyarakat sudah tidak lagi percaya terhadap informasi mengenai *mall* FX Sudirman. Adapun rumusan masalah dalam penelitian adalah untuk mengetahui sejauhmana hubungan antara informasi dalam akun *instagram* @fxsudirman dengan sikap *followers* terhadap *mall* FX Sudirman? Sedangkan identifikasi masalahnya adalah untuk mengetahui sejauhmana hubungan antara aspek valensi informasi @fxsudirman dengan sikap *followers* terhadap *mall* FX Sudirman dan sejauhmana hubungan antara aspek bobot informasi @fxsudirman dengan sikap *followers* terhadap *mall* FX Sudirman.

## Tinjauan Pustaka

### Teori Integrasi Informasi

Teori yang digunakan adalah teori Integrasi Informasi (*Information Integration Theory*) yang merupakan teori tentang pengorganisasi pesan atau informasi yang dikemukakan oleh Martin Fishbein. Teori ini berasumsi bahwa "The *Information approach centers on the ways people accumulate and organize informations about some, object, situation, or idea, to form attitude toward a concept*" (*orang atau individu mengakumulasi dan mengorganisasikan informasi yang diperolehnya tentang sekelompok orang, objek, situasi atau ide-ide untuk membentuk sikap yang sesuai dengan konsep yang terbentuk dari hasil penerimaan informasi tersebut*) (Littlejohn, 1997:234-240)

Menurut teori integrasi informasi ini, adanya akumulasi informasi yang diserap seseorang dapat menimbulkan hal-hal sebagai berikut: (1) Informasi dapat merubah derajat kepercayaan seseorang terhadap suatu objek, (2) Informasi dapat merubah kredibilitas kepercayaan seseorang yang sudah dimiliki seseorang, (3) Informasi dapat menambah kepercayaan baru yang telah ada dalam struktur sikap. (Littlejohn, 1997:234)

Fishbein dalam Littlejohn & Foss (2011: 111) mengemukakan bahwa pada teori ini semua informasi mempunyai

kekuatan potensial yang dapat mempengaruhi sikap seseorang. Teori ini memiliki dua variabel yang berperan penting serta dapat mempengaruhi perubahan sikap seseorang, yaitu: Valensi dan Bobot Penilaian.

### **Valensi Informasi**

Valensi Informasi, adalah arahan yang mengacu pada apakah informasi mendukung serta menambah keyakinan seseorang atau menyangkal. Ketika informasi mendukung, maka informasi tersebut positif, ketika tidak mendukung menjadi negatif. Dengan indikator yaitu Mendukung Keyakinan dan Menambah Keyakinan (Littlejohn & Foss, 2011: 111-112).

### **Bobot Informasi**

Bobot Informasi, adalah sebuah kegunaan dari kredibilitas. Jika seseorang berpendapat bahwa informasi itu mungkin benar, bobot yang lebih besar akan diberikan pada informasi tersebut, jika tidak ia akan diberi bobot yang lebih kecil, walau bagaimanapun valensinya (Littlejohn & Foss, 2011: 111).

Bobot informasi merupakan salah satu faktor pendukung valensi informasi. Dimana kedua variabel ini, baik valensi dan bobot merupakan variabel penting dalam menentukan kekuatanninformasi dalam mempengaruhi sikap seseorang.

### **Sikap**

Menurut Herbert Spencer ditahun 1862, sikap diartikan sebagai 'status mental seseorang' (Mar'at, 1984: 9).

Konsep sikap ini memiliki tiga kerangka pemikiran mengenai definisi dan pengertian pada umumnya. Kerangka pemikiran pertama adalah kerangka pemikiran Louis Thrustone, Rensis Likert, dan Charles Osgood. Berdasarkan pemikiran mereka, sikap merupakan suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Kerangka pemikiran kedua diwakili oleh Chave, Bogardus, Laapierre, Mead, dan Gordon Allport. Menurut mereka, sikap merupakan semacam kesiapan untuk bereaksi terhadap suatu objek dengan cara-cara tertentu. Dan pemikiran ketiga, diwakili oleh Secord dan Backmann yang mendefinisikan sikap sebagai keteraturan tertentu dalam hal pemikiran (kognisi), perasaan (afeksi), dan kecenderungan perilaku (konasi) seseorang terhadap suatu aspek lingkungan sekitarnya (Azwar, 2007:4-6)

Menurut Azwar (2007: 23-25), sikap memiliki tiga komponen utama yang sangat penting, yaitu komponen kognisi, komponen afeksi, dan komponen konasi. Oleh sebab itu, penelitian ini pada variabel sikap diturunkan menjadi tiga komponen yang telah ditentukan, yaitu komponen kognisi, afeksi, dan konasi.

### **Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Penjelasan (*Explanatory Research*). Penelitian penjelasan merupakan upaya penelitian yang menjelaskan hubungan

antarfenomena adalah hakikat dari penelitian dengan tradisi berpikir deduktif. Penelitian yang menjelaskan hubungan antara satu fenomena dengan fenomena yang lain, terlebih dahulu memanfaatkan teori untuk menyusun hipotesis penelitian dalam menguji hubungan antarfenomena tersebut. Hubungan antar fenomena dirumuskan dalam sebuah hubungan antarvariabel yang disebut dengan hipotesis. Proses menyusun hipotesis dari sebuah teori, merupakan deduksi ilmiah atau berpikir deduktif. (Bajari, 2015: 46-47)

### Populasi Dan Sampel

Dalam ilmu ilmiah, kita tidak harus mengamati seluruh unsur-unsur dalam satu komunitas secara keseluruhan mengingat bahwa kita dapat menduga atau meramalkan sifat-sifat yang dimiliki oleh sekumpulan obyek atau komunitas tersebut. (Bajari, 2015: 90). Penelitian ini menjadikan *followers @fxsudirman* sebanyak 1230 orang sebagai populasi.

Dengan jumlah populasi yang cukup besar digunakan teknik sampling sistematis sebagai acuan pengambilan sampel, dan didapat 91 orang sampel.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Kuesioner (angket adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. (Kriyantono, 2006: 93).

Tujuan penyebaran angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.

Teknik lain adalah observasi, yaitu observasi, observasi difokuskan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena riset. Fenomena ini mencakup interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi diantara subjek. (Kriyantono, 2006: 106)

Teknik yang terakhir adalah wawancara dimana menurut Berger wawancara adalah percakapan antara periset dan informan yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek. (Kriyantono, 2006: 96)

### Analisis Data Inferensial

Adapun rumus yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah rumus Rank Spearman yang digambarkan sebagai berikut:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n^2 - n}$$

Keterangan:

$r_s$  : Koefisien korelasi rank Spearman

$d$  : selisih antara rank variable x ( $r_{rank\ x}$ ) dengan rank variable y ( $r_{rank\ y}$ ) pada pasangan data tertentu (pasangan data ke-i)

$n$  : ukuran sampel

(Bajari, 2015: 123)

### Hasil Penelitian

Hasil dilapangan yang diperoleh berdasarkan data yang dikumpulkan melalui angket dan diolah melalui

perhitungan statistik, diketahui bahwa informasi dalam akun *instagram* @fxsudirman memiliki hubungan yang cukup berarti dengan sikap *followers*-nya, dimana koefisien *rank spearman* (rs) dalam hubungan dua variabel tersebut sebesar 0.567. Hal tersebut disebabkan oleh aspek valensi informasi yang positif dan bobot informasi yang tinggi dan memiliki pengaruh dengan perubahan sikap *followers*. Informasi disampaikan dengan menggabungkan keseluruhan informasi mengenai mall FX Sudirman melalui akun *instagram* @fxsudirman. Sehingga dengan dilakukannya penyebaran informasi mengenai mall FX Sudirman dalam akun @fxsudirman dapat membuat perubahan sikap yang positif terhadap *followers*-nya.

Selanjutnya hasil dari uji korelasi antara variable X1 yakni aspek valensi informasi dan Y1 yakni aspek kognisi *followers* menunjukkan adanya hubungan kedua variabel cukup berarti. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara valensi dengan aspek kognisi. Dengan menggunakan kriteria Guildford, koefisien korelasi sebesar 0.587 menunjukkan bahwa hubungan antara valensi dengan aspek kognisi merupakan hubungan yang cukup berarti. Hal tersebut menunjukkan, bahwa semakin tinggi valensi atau kepercayaan yang diberikan dalam informasi maka berkorelasi dengan aspek kognisi

*followers*-nya.

Hasil dari uji korelasi antara variable X1 yakni aspek valensi informasi dan Y2 yakni aspek afeksi *followers* menunjukkan adanya hubungan kedua variabel rendah tapi pasti. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara valensi dengan aspek afeksi. Dengan menggunakan kriteria Guildford, koefisien korelasi sebesar 0.380 menunjukkan bahwa hubungan antara valensi dengan aspek afeksi merupakan hubungan rendah tapi pasti. Meskipun demikian, hubungannya masih rendah. Hal tersebut dikarenakan, masih ada responden yang merasa walaupun informasi yang diberikan sudah cukup mendukung kepercayaan mereka, namun *followers* merasa belum melihat bahwa informasi tersebut akan dampak yang cukup besar bagi tindakan mereka selanjutnya. Sehingga hal tersebut berdampak terhadap perasaan senang atau tidak senang dan puas atau tidak puas yang ada pada *followers*-nya.

Selanjutnya hasil dari uji korelasi antara variable X1 yakni aspek valensi informasi dan Y3 yakni aspek konasi *followers* menunjukkan adanya hubungan kedua variabel cukup berarti. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara valensi dengan aspek konasi. Dengan menggunakan kriteria Guildford, koefisien korelasi sebesar 0.534

menunjukkan bahwa hubungan antara valensi dengan aspek konasi merupakan hubungan yang cukup berarti. Informasi yang diberikan dalam akun *instagram @fxsudirman* mampu mendukung *followers* untuk menentukan sikap selanjutnya, seperti kesediaan *followers* ingin membeli produk/jasa yang ditawarkan, kesediaan *followers* untuk berpartisipasi setiap *event* yang akan diselenggarakan, serta kesediaan *followers* merekomendasikan akun *instagram @fxsudirman* ke orang terdekat. Hal ini dikarenakan kepercayaan terhadap informasi tersebut sudah bertambah.

Hasil dari uji korelasi antara variable X2 yakni aspek bobot informasi dan Y1 yakni aspek kognisi *followers* menunjukkan adanya hubungan kedua variabel rendah tapi pasti. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara bobot informasi dengan aspek kognisi. Dengan menggunakan kriteria Guildford, koefisien korelasi sebesar 0.224 menunjukkan bahwa hubungan antara bobot informasi dengan aspek kognisi merupakan hubungan rendah tapi pasti. Hal tersebut menunjukkan bahwa, semakin tinggi bobot yang diberikan dalam informasi maka berkorelasi dengan aspek kognisi *followers*-nya. *Caption* merupakan informasi yang mendukung atau menambah nilai bagi valensi informasi (gambar/foto yang di *posting*).

Dimana *caption* sudah mampu mendukung kepercayaan *followers* terhadap informasi yang diberikan dalam akun *instagram @fxsudirman*.

Hasil dari uji korelasi antara variable X2 yakni aspek bobot informasi dan Y2 yakni aspek afeksi *followers* menunjukkan adanya hubungan kedua variabel cukup berarti. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara bobot informasi dengan aspek afeksi. Dengan menggunakan kriteria Guildford, koefisien korelasi sebesar 0.437 menunjukkan bahwa hubungan antara bobot informasi dengan aspek afeksi merupakan hubungan yang cukup berarti. Hal tersebut menunjukkan bahwa, tinggi bobot yang diberikan dalam informasi maka berkorelasi dengan aspek afeksi *followers*-nya. Informasi yang disampaikan pada kolom *caption* dalam akun *instagram @fxsudirman*, mampu diterima dengan baik oleh *followers*-nya. Sehingga timbulnya perasaan cukup senang atau puas yang dimiliki *followers* terhadap informasi tersebut.

Terakhir, hasil dari uji korelasi antara variable X2 yakni aspek bobot informasi dan Y3 yakni aspek konasi *followers* menunjukkan adanya hubungan kedua variabel rendah tapi pasti. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara bobot informasi dengan aspek konasi. Dengan menggunakan kriteria Guildford,

koefisien korelasi sebesar 0.324 menunjukkan bahwa hubungan antara bobot informasi dengan aspek konasi merupakan hubungan rendah tapi pasti.

**Tabel .1**  
**Hubungan Variabel/Sub Variabel Penelitian**

Variabel	rs	hitung	tabel	Keeratan Hubungan
Informasi dalam @fxsudirman (X) dengan Sikap Sikap Followers (Y)	0.567	6.500	1.987	Cukup berarti
Valensi Informasi @fxsudirman (X <sub>1</sub> ) dengan Kognisi Followers (Y <sub>1</sub> )	0.587	6.841		Cukup berarti
Valensi Informasi @fxsudirman (X <sub>2</sub> ) dengan Afeksi Followers (Y <sub>2</sub> )	0.380	3.870		Rendah tapi pasti
Valensi Informasi @fxsudirman (X <sub>1</sub> ) dengan Konasi Followers (Y <sub>3</sub> )	0.534	5.957		Cukup berarti
Bobot Informasi @fxsudirman (X <sub>2</sub> ) dengan Kognisi Followers (Y <sub>1</sub> )	0.224	2.169		Rendah tapi pasti
Bobot Informasi @fxsudirman (X <sub>2</sub> ) dengan Afeksi Followers (Y <sub>2</sub> )	0.437	4.579		Cukup berarti
Bobot Informasi @fxsudirman (X <sub>2</sub> ) dengan Konasi Followers (Y <sub>3</sub> )	0.324	3.232		Rendah tapi pasti

Sumber: Pengolahan Data 2016

## SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan yang dapat ditarik dari penelitian terkait Hubungan Antara Informasi Dalam Akun Instagram Dengan Sikap Followers Terhadap Mall FX Sudirman antara lain penelitian ini menunjukkan bahwa sub variabel valensi informasi dengan kognisi followers memiliki hubungan yang cukup berarti. Dimana valensi informasi yang ada dalam akun instagram @fxsudirman dinilai cukup untuk menambah keyakinan followers-nya terhadap mall FX Sudirman. Hal tersebut menunjukkan, bahwa semakin tinggi valensi atau kepercayaan yang diberikan dalam informasi maka berkorelasi dengan aspek kognisi followers-nya. Meskipun dua aspek tersebut memiliki hubungan yang cukup berarti, namun masih terdapat

followers yang menilai informasi dalam akun instagram @fxsudirman tidak memiliki konten yang lengkap dan tidak menunjukkan bahwa gambar/foto sesuai dengan kenyataan. Sehingga masih beberapa followers menganggap informasi tersebut masih belum menambah/mendukung keyakinan followers. Oleh karena itu, masih terdapat followers yang merasa kurang yakin akan informasi yang didapat dari akun instagram @fxsudirman. Semakin tinggi nilai valensi yang diberikan terhadap followers maka semakin besar juga kepercayaan serta pengetahuan mengenai mall FX Sudirman. Tanggapan dari beberapa followers merasa cukup terhadap informasi dalam akun instagram @fxsudirman tetapi beberapa dari mereka merasa informasi yang diberikan belum menambah pengetahuan serta pemahaman followers-nya.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa sub variabel valensi informasi dengan afeksi followers memiliki hubungan yang rendah tapi pasti. Hal tersebut dikarenakan, masih ada responden yang merasa walaupun informasi yang diberikan sudah cukup mendukung kepercayaan mereka, namun followers merasa belum melihat bahwa informasi tersebut akan dampak yang cukup besar bagi perasaan mereka selanjutnya. Sehingga hal tersebut berdampak terhadap perasaan senang atau tidak senang dan puas atau tidak puas

yang ada pada *followers*-nya. Oleh karena itu, masih terdapat *followers* yang merasa kurang senang/puas akan informasi yang didapat dari akun *instagram @fxsudirman*.

Dalam penelitian ini juga terlihat bahwa sub variabel valensi informasi dengan konasi *followers* memiliki hubungan yang cukup berarti. Informasi yang diberikan dalam akun *instagram @fxsudirman* mampu mendukung *followers* untuk menentukan sikap selanjutnya, seperti kesediaan *followers* ingin membeli produk/jasa yang ditawarkan serta kesediaan *followers* merekomendasikan akun *instagram @fxsudirman* ke orang terdekat. Hal ini dikarenakan kepercayaan terhadap informasi tersebut sudah bertambah. Meskipun dua hal tersebut memiliki hubungan yang cukup berarti, namun masih terdapat *followers* yang menilai informasi dalam akun *instagram @fxsudirman* tidak memiliki konten yang lengkap, sehingga informasi tersebut masih belum mendukung *followers* untuk menentukan sikap selanjutnya. Oleh karena itu, masih terdapat *followers* yang merasa kurang yakin akan informasi yang didapat dari akun *instagram @fxsudirman* untuk membentuk atau menentukan sikap selanjutnya. Hal ini dikarenakan kepercayaan terhadap informasi tersebut sudah bertambah.

Temuan lain menunjukkan bahwa sub variabel bobot informasi dengan

kognisi *followers'* memiliki hubungan yang rendah tapi pasti. Dimana *caption* sudah mampu mendukung kepercayaan *followers'* terhadap informasi yang diberikan dalam akun *instagram @fxsudirman* walaupun memiliki nilai hubungan yang rendah tapi pasti. Beberapa *followers* menganggap bahwa informasi pada kolom *caption* tidak memiliki konten informasi yang lengkap mengandung 3 konten utama, sehingga dianggap informasi tersebut masih belum menambah pengetahuan serta pemahaman *followers*-nya.

Penelitian ini memperlihatkan bahwa sub variabel bobot informasi dengan afeksi *followers'* memiliki hubungan yang cukup berarti. Hubungan yang berarti ini menunjukkan bahwa *caption* yang di *posting* merupakan informasi mampu menimbulkan rasa afeksi kepada *followers*. Hal tersebut menunjukkan bahwa, tinggi bobot yang diberikan dalam informasi maka berkorelasi dengan aspek afeksi *followers*-nya. Informasi yang disampaikan pada kolom *caption* dalam akun *instagram @fxsudirman*, mampu diterima dengan baik oleh *followers*nya. Sehingga timbulnya perasaan cukup senang atau puas yang dimiliki *followers'* terhadap informasi tersebut. Namun beberapa *followers* menganggap bahwa informasi pada kolom *caption* tidak memiliki konten informasi yang lengkap mengandung 3 konten utama, sehingga

dianggap informasi tersebut masih belum membentuk rasa senang/puas terhadap sikap *followers*-nya.

Yang terakhir didapat dari penelitian ini bahwa sub variabel bobot informasi dengan konasi *followers'* memiliki hubungan yang cukup berarti di antara keduanya. Jika informasi disampaikan dengan lebih jelas serta terperinci maka akan membentuk aspek konasi yang lebih tinggi terhadap *followers*-nya. *Caption* merupakan informasi yang mendukung atau menambah nilai bagi valensi informasi (gambar/foto yang di *posting*). Dimana *caption* sudah mampu mendukung kepercayaan *followers'* terhadap informasi yang diberikan dalam akun *instagram @fxsudirman* walaupun memiliki nilai hubungan yang cukup berarti. Dimana beberapa *followers* menganggap bahwa informasi pada kolom *caption* tidak memiliki konten informasi yang lengkap mengandung 3 konten utama, sehingga dianggap informasi tersebut masih belum membentuk sikap *followers*-nya terutama terhadap tindakan selanjutnya saat menerima informasi tersebut, baik dalam mengambil keputusan pembelian dan merekomendasikan *instagram @fxsudirman* ke orang lain.

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan, saran yang dapat diberikan oleh peneliti dari hasil data yang ada di lapangan, Peneliti menyarankan agar tim

*@fxsudirman* lebih menambah jumlah *postingan* gambar/foto yang disertai *caption* dalam seharusnya agar *followers* juga semakin tertarik untuk menggunakan dan mengakses akun *instagram @fxsudirman* karena sering muncul pada *timeline instagram followers*-nya. Tim *@fxsudirman* sebaiknya setiap gambar/foto yang di *posting* disertai *caption* lebih sesuai, dengan cara memberikan keterangan terhadap gambar/foto di dalam kolom *caption* lebih lengkap dari sebelumnya. Setiap *postingan* harus memiliki 3 konten terutama, yaitu nama produk/jasa yang di *posting*, nama *tenant &* lokasi-nya, serta syarat & ketentuan untuk *posting-an* harga promosi. Selain itu menggunakan kata-kata yang dapat menarik perhatian *followers*-nya, seperti salam pembuka yang menarik dan memberi sebutan khusus untuk *followers* dari akun *instagram @fxsudirman*. Diharapkan agar tim *@fxsudirman* selalu membalas a t a u m e n j a w a b s e t i a p pertanyaan/komentar dari *followers*-nya. Setiap pertanyaan yang diberikan oleh *followers'* merupakan kurangnya pemahaman atau kurangnya informasi yang didapatkan. Dengan menjawab pertanyaan setiap *followers* akan menambah aspek kognisi, aspek afeksi, serta aspek konasi *followers*-nya. Selain itu peneliti menyarankan agar tim *@fxsudirman* mem-*posting* setiap informasi dengan seimbang, sehingga

tidak ada kesenjangan antar informasidari masing-masing *tenant*. Seperti sebagian *followers* hanya mengetahui bahwa *mall* FX Sudirman sebagai tempat belanja, hiburan, dan penyelenggara *event*, namun pada kenyataannya *mall* FX Sudirman juga sebagai tempat untuk merawat kecantikan, tempat kesehatan, tempat olahraga, tempat mengasah keterampilan, dan lainnya. Hal ini bertujuan agar seluruh *tenant* yang berada di *mall* FX Sudirman diketahui oleh *followers* serta masyarakat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Syaifuddin. 2015. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Jakarta: Pustaka Belajar.
- Bajari, Atwar. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Littlejohn, Stephen W. 1997. *Theories of Human Communication ed. 6rd*. California: Wadsworth.
- Littlejohn, Stephen W; Foss, Karen. 2011. *Encyclopedia of Communication Theory*. California: Sage
- Mar'at. 1984. *Sikap Manusia: Perubahan Serta Pengukurannya*. Bandung: Gracia Indonesia