



Pengaruh Penggunaan Akun Instagram @pelangibundamedika terhadap Pemenuhan Informasi Pasien Klinik Pelangi Klinik Pelangi Bunda Medika

Dewi Ilma Agustin^{1*}, Noerma Kurnia Fajarwati², Meiby Zulfikar³, Rizqi Fitrianti⁴,
Arfian Suryasuciramdhan⁵

^{1,2,3,4,5}Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bina Bangsa,
Indonesia

Email: dewiagustin0802@gmail.com^{1*}, muma.kurnia@gmail.com²

Alamat: Jl. Raya Serang-Jakarta Km.03 No.1B, Panancangan, Kecamatan Cipocok Jaya, Kota Serang,
Banten 42124

*Penulis Korespondensi

Abstract. *This study aims to determine the influence of @pelangibundamedika Instagram account on the fulfillment of patient information needs at the Rainbow Bunda Medika Clinic. Using the theory of Uses and Gratifications as a foundation, this study examines how patients actively use social media to obtain health information, such as doctor's practice schedules, educational materials, and service promotions. The method used was quantitative associative with a survey approach of 100 respondents. Data were collected through a structured questionnaire and analyzed using validity, reliability, as well as simple linear regression tests with the help of SPSS software. The results of the analysis showed that the use of Instagram had a positive and significant influence on the fulfillment of patient information needs, with a determination coefficient value of 46.8%. These findings indicate that almost half of patients' information needs are met through the clinic's Instagram account, while the rest are influenced by other factors such as in-person consultations, verbal communication, or alternative media. The conclusion of this study is that Instagram is an effective medium in conveying health information that is relevant, easily accessible, and timely. The practical implications of the results of this study are the need to optimize Instagram's content strategy, including improving visual quality, consistency of upload schedules, and interactivity with followers. In addition, the use of other digital platforms is also recommended to expand the reach of information and increase patient trust and satisfaction with clinic services.*

Keywords: *Clinic; Health Communication; Information Needs; Instagram; Social Media*

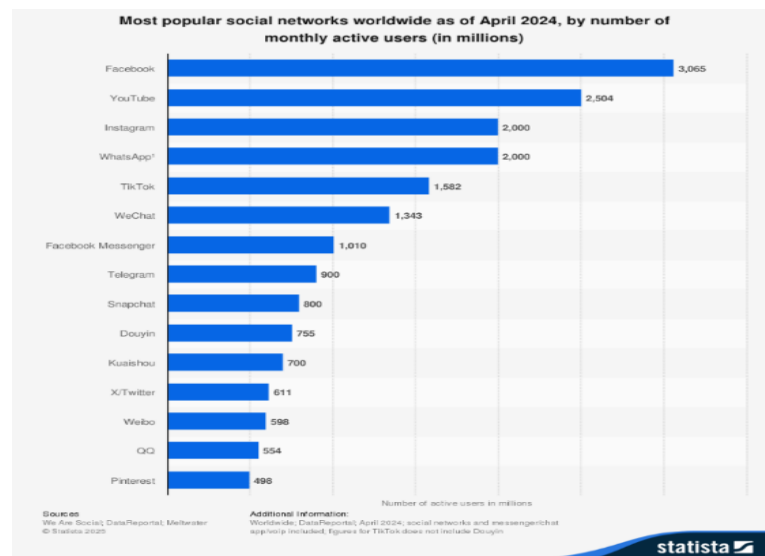
Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh akun Instagram @pelangibundamedika terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pasien di Klinik Pelangi Bunda Medika. Dengan menggunakan teori Uses and Gratifications sebagai landasan, penelitian ini mengkaji bagaimana pasien secara aktif memanfaatkan media sosial untuk memperoleh informasi kesehatan, seperti jadwal praktik dokter, materi edukasi, dan promosi layanan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif dengan pendekatan survei terhadap 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, serta regresi linier sederhana dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan Instagram memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pasien, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 46,8%. Temuan ini mengindikasikan bahwa hampir separuh kebutuhan informasi pasien dipenuhi melalui akun Instagram klinik, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti konsultasi langsung, komunikasi verbal, atau media alternatif. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa Instagram merupakan media yang efektif dalam menyampaikan informasi kesehatan yang relevan, mudah diakses, dan tepat waktu. Implikasi praktis dari hasil penelitian ini adalah perlunya optimalisasi strategi konten Instagram, termasuk peningkatan kualitas visual, konsistensi jadwal unggahan, dan interaktivitas dengan pengikut. Selain itu, pemanfaatan platform digital lainnya juga disarankan untuk memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan kepercayaan serta kepuasan pasien terhadap layanan klinik.

Kata kunci: Instagram; Kebutuhan Informasi; Klinik; Komunikasi Kesehatan; Media Sosial

1. LATAR BELAKANG

Saat ini, media sosial telah menjadi salah satu sumber utama bagi masyarakat untuk memperoleh informasi di berbagai bidang, termasuk kesehatan. Hal ini membuat metode tradisional seperti brosur maupun konsultasi tatap muka mulai berkurang peminatnya. Salah

satu platform yang banyak dimanfaatkan dalam ranah kesehatan adalah Instagram. Instagram merupakan media sosial berbasis visual yang perkembangannya sangat pesat. Berdasarkan laporan terbaru, jumlah pengguna aktif bulanan Instagram telah mencapai 2 miliar, menjadikannya sebagai salah satu dari tiga platform terbesar di dunia setelah Facebook dan YouTube (Zote, 2025). Walaupun masih berada di bawah Facebook yang memiliki lebih dari 3 miliar pengguna, angka tersebut tetap menunjukkan posisi penting Instagram serta potensinya yang besar sebagai sarana penyebaran informasi secara luas, termasuk untuk topik kesehatan.



Gambar 1. Pengguna Instagram.

Sumber: (Zote, 2025).

Secara rata-rata, masyarakat menghabiskan kurang lebih 143 menit atau sekitar 2 jam 23 menit setiap harinya untuk berselancar di media sosial. Angka ini hampir setara dengan 2,5 jam per hari yang dialokasikan hanya untuk menggunakan berbagai platform digital. Di antara pengguna remaja, khususnya remaja Perempuan, tercatat sebagai kelompok paling aktif dengan durasi hampir 3 jam per hari (Geuens, 2025). Sebagai media berbasis visual dan interaktif, Instagram kerap dimanfaatkan oleh institusi kesehatan untuk menyebarkan informasi medis, jadwal praktik dokter, edukasi kesehatan, hingga promosi layanan, termasuk yang dilakukan Klinik Pelangi Bunda Medika. Fenomena ini sejalan dengan tren pemanfaatan media sosial dalam upaya meningkatkan literasi kesehatan masyarakat (Mananohas et al., 2023).

Penelitian ini berlandaskan pada teori Uses and Gratifications yang menekankan bagaimana individu secara aktif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, mulai dari pencarian informasi, penguatan identitas diri, integrasi sosial, hingga hiburan. Kerangka teoretis tersebut dipandang sesuai untuk menjelaskan perilaku pasien Klinik Pelangi Bunda Medika dalam memanfaatkan Instagram sebagai salah satu sumber informasi kesehatan. Klinik Pelangi Bunda Medika sendiri merupakan fasilitas kesehatan yang cukup

aktif mengelola akun Instagram @pelangibundamedika sebagai media komunikasi dengan pasien. Melalui platform ini, klinik secara rutin membagikan informasi penting mengenai layanan kesehatan, seperti jadwal dokter, edukasi medis, maupun kegiatan promosi layanan.

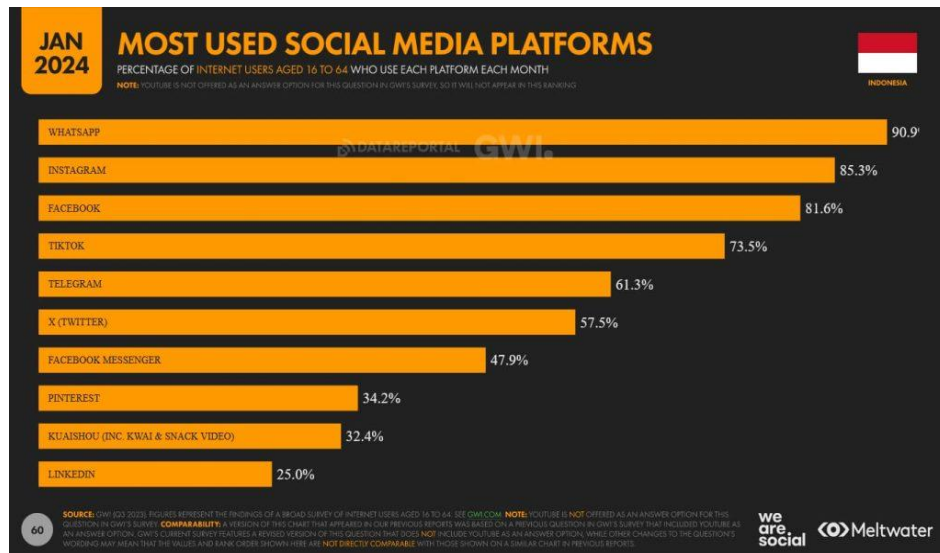


Gambar 2. Instagram Feed Klinik.

Sumber: Akun Instagram @pelangibundamedika.

Meskipun jadwal praktik dokter sudah dipublikasikan melalui akun Instagram resmi Klinik Pelangi Bunda Medika, masih ada masyarakat yang mengaku belum mengetahuinya. Hal ini memperlihatkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi belum sepenuhnya mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Efektivitas penyebaran informasi kesehatan melalui media sosial sangat dipengaruhi oleh kualitas serta strategi konten yang ditampilkan. Sandwina & Adim (2024) menegaskan bahwa konten yang informatif, interaktif, dan menarik di Instagram berperan penting dalam memenuhi kebutuhan informasi kesehatan mental pengikutnya. Hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan positif yang cukup kuat, dengan kontribusi sebesar 47,5%. Namun demikian, efektivitas Instagram dalam menyampaikan informasi kesehatan di masyarakat masih beragam (Lidara, 2022).

Menurut temuan Susilowati et al., (2021) masyarakat kini dapat memanfaatkan teknologi dan internet untuk berkonsultasi dengan dokter maupun mencari informasi kesehatan tanpa harus bertatap muka langsung. Sejumlah penelitian lain juga menyoroti pengaruh Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dalam berbagai konteks. Barus (2021) menemukan bahwa penggunaan akun @bobbynst berhubungan signifikan dengan tingkat pemenuhan kebutuhan informasi pengikutnya di Kota Medan, dengan koefisien korelasi 0,692. Penelitian Helen & Rusdi (2019) terhadap akun @Jktinfo menunjukkan bahwa konsistensi konten berpengaruh positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi audiens berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana. Sementara itu, Azzahra & Dianita (2024) melalui kajian pada akun @jaklingkoindonesia menemukan adanya pengaruh signifikan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna layanan transportasi Jaklingko, dengan koefisien korelasi sebesar 0,884.



Gambar 3. Analisis Data Media Arus Utama dan Media Sosial Tahun 2024.

Sumber: Artikel yang ditulis oleh Asseanila Wisefa, 2025.

Instagram memiliki sejumlah keunggulan dibandingkan dengan platform media sosial lain di Indonesia. Berdasarkan Analisis Data Media Arus Utama dan Media Sosial 2024 yang dirilis oleh Asseanila Wisefa (Indonesiana, 28 Februari 2025), WhatsApp menempati posisi pertama dengan tingkat penggunaan 90,9%, disusul Instagram 85,3% dan Facebook 81,6% (Wisefa, 2025). Walaupun WhatsApp lebih banyak digunakan, penelitian ini memilih untuk menitikberatkan pada Instagram karena karakteristiknya yang berbeda. WhatsApp lebih bersifat personal dan terbatas pada komunikasi privat, sedangkan Instagram bersifat publik dan berbasis visual, sehingga memungkinkan penyebaran informasi melalui gambar, video, maupun teks ke audiens yang lebih luas. Dengan adanya fitur seperti feed, story, reels, live streaming, serta interaksi langsung melalui komentar dan pesan pribadi, Instagram menjadi lebih efektif dalam menyampaikan informasi kesehatan secara cepat dan luas. Oleh karena itu, Instagram dipandang lebih relevan digunakan sebagai sarana komunikasi kesehatan bagi pasien Klinik Pelangi Bunda Medika dibandingkan WhatsApp.

Sebelum akun Instagram klinik aktif dimanfaatkan, informasi mengenai layanan kesehatan umumnya hanya disebarakan lewat brosur, spanduk, atau sambungan telepon. Cara tersebut terbatas dalam jangkauan dan kurang responsif, sehingga tidak jarang pasien ketinggalan informasi penting, misalnya perubahan jadwal praktik dokter atau adanya promo layanan kesehatan. Kondisi ini menegaskan bahwa sebelum adanya Instagram, penyampaian informasi kepada pasien belum berjalan optimal. Di sisi lain, sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak menyoroti akun publik figur, layanan umum, atau institusi pemerintah, sementara kajian mengenai akun Instagram yang dikelola oleh klinik swasta masih jarang ditemukan. Hal ini membuka ruang penting untuk meneliti bagaimana akun Instagram milik

institusi kesehatan digunakan secara strategis dalam memenuhi kebutuhan informasi pasien, terutama pada era pascapandemi ketika masyarakat semakin mengandalkan media digital untuk memperoleh informasi kesehatan secara cepat tanpa harus datang langsung ke fasilitas layanan. Dengan demikian, peran media sosial milik institusi kesehatan menjadi semakin krusial untuk menunjang layanan yang responsif dan transparan.

Topik penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap informasi kesehatan setelah pandemi COVID-19. Pasien kini tidak hanya mengandalkan brosur atau konsultasi langsung, melainkan lebih sering mencari informasi melalui platform digital. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa masih ada pasien Klinik Pelangi Bunda Medika yang tidak mengetahui jadwal dokter meskipun sudah diumumkan lewat Instagram. Hal tersebut memperlihatkan adanya kesenjangan antara penyediaan informasi dengan kebutuhan pasien. Berdasarkan telaah pustaka, belum ada penelitian yang secara spesifik mengkaji akun Instagram milik institusi kesehatan swasta, khususnya Klinik Pelangi Bunda Medika. Sebagian besar studi sebelumnya lebih fokus pada akun publik figur, influencer, atau layanan publik. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam literatur.

Dengan demikian, permasalahan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah sejauh mana efektivitas penggunaan akun Instagram @pelangibundamedika sebagai media informasi kesehatan, mengingat masih terdapat pasien yang belum menerima informasi penting, seperti jadwal praktik dokter maupun layanan tertentu, meskipun sudah diumumkan melalui media sosial tersebut. Situasi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ketersediaan konten informasi dengan pemenuhan kebutuhan pasien. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan pada pengaruh penggunaan akun Instagram @pelangibundamedika terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pasien di Klinik Pelangi Bunda Medika.

2. KAJIAN TEORITIS

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Barus (2021) memberikan kontribusi penting dalam memperkuat kerangka teoritis penelitian ini. Hasil studinya menunjukkan bahwa akun Instagram tokoh publik @bobbynst di Kota Medan berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat, terutama melalui penyajian konten yang sesuai dengan kebutuhan lokal serta konsistensi dalam frekuensi unggahan. Persamaan utama dengan penelitian ini terletak pada penggunaan pendekatan kuantitatif asosiatif serta fokus terhadap hubungan antara aktivitas akun dengan kebutuhan informasi audiens. Temuan tersebut menegaskan bahwa relevansi konten dan konsistensi penyampaian pesan merupakan faktor

kunci keberhasilan Instagram sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi. Sementara itu, penelitian Melven et al. (2022) juga menjadi acuan penting karena meneliti akun @Tasyafarasya yang berfokus pada penyampaian informasi tentang skincare. Walaupun konteksnya berbeda, penelitian tersebut menekankan pentingnya kualitas visual, penggunaan infografis, serta kredibilitas akun dalam memengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi. Pemahaman ini relevan untuk penelitian pada akun @pelangibundamedika, terutama dalam menilai bagaimana penyajian konten medis berkontribusi terhadap pemahaman pasien terkait layanan klinik.

Temuan Wulandari & Salma (2022) turut memberikan dasar umum bahwa Instagram merupakan salah satu media utama dalam pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat. Penelitian mereka menyoroti kemudahan akses serta daya tarik visual sebagai faktor dominan yang memengaruhi efektivitas penyampaian informasi. Hal ini menjadi acuan bagi penelitian ini untuk menelaah aspek teknis dan visual dari konten Instagram @pelangibundamedika dalam mempermudah akses informasi pasien. Relevansi lain ditunjukkan oleh penelitian Ilhami & Sudrajat (2024) yang mengkaji akun Instagram institusi penyedia informasi magang bagi mahasiswa. Hasil penelitian tersebut memperlihatkan bahwa kesesuaian konten dengan kebutuhan audiens serta interaksi langsung melalui komentar maupun pesan pribadi meningkatkan kepercayaan sekaligus pemenuhan kebutuhan informasi. Hal ini sejalan dengan fokus penelitian ini yang menelaah bagaimana konten @pelangibundamedika, baik terkait layanan klinik maupun edukasi kesehatan, dapat menjawab kebutuhan informasi pasien. Penelitian (Priana et al., 2022) mengenai akun Instagram @riliv yang berfokus pada kesehatan mental juga memberikan perspektif penting. Mereka menemukan bahwa pendekatan konten dengan sentuhan psikologis dan emosional mampu menciptakan kedekatan dengan audiens serta memenuhi kebutuhan informasi yang lebih personal. Temuan ini menjadi rujukan dalam memahami pentingnya pendekatan humanis dan relatable sebagai strategi efektif dalam penyampaian informasi kesehatan melalui media sosial.

Secara keseluruhan, studi-studi terdahulu menunjukkan bahwa Instagram memiliki potensi besar dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat, yang dipengaruhi oleh relevansi konten, kualitas penyajian, konsistensi, serta interaksi antara pengelola akun dan pengikut. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah kajian dengan menitikberatkan pada akun Instagram institusi kesehatan lokal, yakni @pelangibundamedika, guna menelaah strategi pemanfaatan media sosial dalam penyampaian informasi layanan kesehatan yang dibutuhkan pasien.

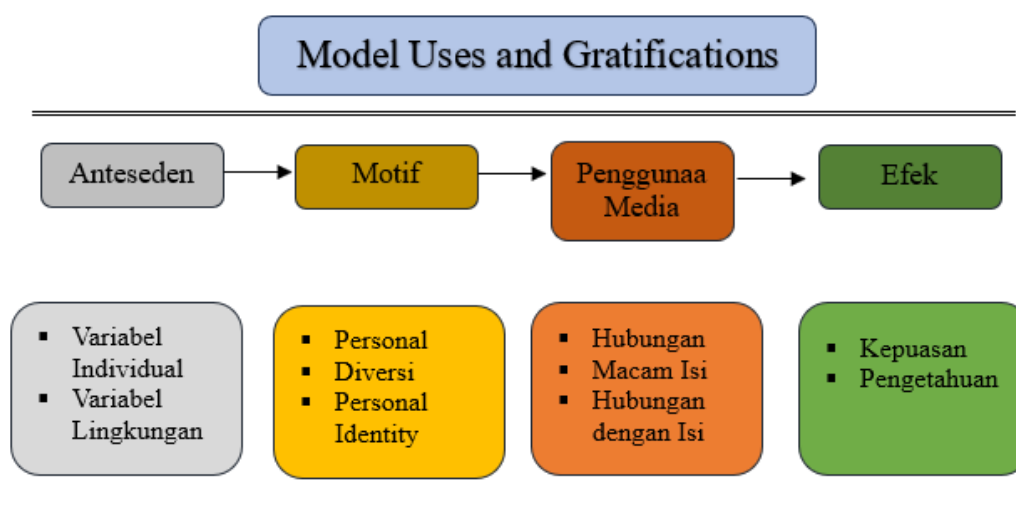
Teori Uses And Gratifications

Teori Uses and Gratifications, atau teori penggunaan dan pemuasan, adalah pendekatan dalam studi komunikasi massa yang menekankan peran aktif khalayak dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka. Dikembangkan oleh Herbert Blumer, Elihu Katz, dan Michael Gurevitch pada tahun 1974, teori ini berfokus pada apa yang dilakukan individu terhadap media, bukan sebaliknya (Putri, 2022). Asumsi dasar teori ini mencakup pandangan bahwa khalayak bersifat aktif dan penggunaan media mereka berorientasi pada tujuan tertentu. Khalayak memiliki inisiatif dalam mengaitkan kepuasan kebutuhan dengan pilihan media tertentu, dan media bersaing dengan sumber lain untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Selain itu, individu dianggap memiliki kesadaran diri mengenai penggunaan media mereka, minat, serta motif, sehingga dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada para peneliti. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dilakukan oleh khalayak itu sendiri.

Dalam Teori Uses and Gratifications, media dipandang sebagai sarana yang digunakan individu untuk memenuhi berbagai kebutuhannya. Dalam konteks penelitian ini, kebutuhan tersebut dikategorikan menjadi tiga bentuk, yaitu kebutuhan akan informasi terkini, informasi rutin dan informasi spesifik (Fatin, 2024). Informasi terkini mencerminkan kebutuhan individu untuk mengetahui hal-hal baru yang relevan dengan situasi saat ini, seperti update layanan atau jadwal dokter. Informasi rutin berkaitan dengan kebiasaan memperoleh informasi secara berkala dari media yang sama, misalnya mengecek akun Instagram klinik setiap hari. Sementara itu, informasi spesifik mengacu pada pencarian informasi yang sesuai dengan kebutuhan personal, seperti edukasi kesehatan mengenai kondisi tertentu yang sedang dialami. Teori Uses and Gratifications (U&G) menjelaskan bahwa audiens bersifat aktif dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhannya seperti informasi, hiburan, maupun interaksi sosial. Penelitian eksploratif di Indonesia mendukung relevansi teori ini dalam konteks Instagram. Misalnya, studi terhadap 400 pengguna Instagram di Indonesia menemukan bahwa social interactive gratification secara signifikan memengaruhi kepuasan pengguna (*cognitive dan hedonic gratification*) (Suryanto et al., 2020). Selain itu, penelitian lain terhadap followers akun Instagram institusi menunjukkan bahwa motivasi penggunaan (motif) dan sejauh mana media memenuhi harapan (*gratifications obtained*) secara positif berdampak pada persepsi pengikut (Hesti et al., 2020). Temuan-temuan tersebut mempertegas bahwa pengguna aktif mencari dan memilih Instagram berdasarkan kebutuhan spesifik mereka menjadikannya teori U&G sangat relevan sebagai landasan dalam penelitian ini untuk memahami bagaimana pasien Klinik

Pelangi Bunda Medika menggunakan akun Instagram sebagai media sumber informasi kesehatan.

Di era media baru, seperti internet dan media sosial, teori ini tetap relevan. Pengguna dianggap lebih aktif dalam berpartisipasi menggunakan media dibandingkan dengan media tradisional. Pendekatan Uses and Gratifications digunakan untuk meneliti penggunaan media baru, termasuk penggunaan telepon genggam, internet, media sosial, situs jejaring sosial, permainan daring, serta media hiburan lainnya. Untuk mendukung pemahaman konseptual mengenai bagaimana media digunakan oleh individu dalam memenuhi kebutuhan informasinya, penelitian ini merujuk pada model Uses and Gratifications yang dikembangkan oleh Blumer, Katz, dan Gurevitch. Model ini memberikan kerangka berpikir sistematis mengenai hubungan antara karakteristik individu, motif penggunaan media, pola penggunaan media, hingga dampak atau efek yang ditimbulkan dari aktivitas tersebut. Adapun model dari teori Uses and Gratifications dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4. Model Uses And Gratification.

Anteseden

Menurut Karunia H et al. (2021), anteseden mencakup karakteristik individu (seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, serta nilai psikologis) dan faktor lingkungan (seperti sistem sosial dan budaya) yang memengaruhi preferensi penggunaan media. Elemen ini mencakup factor-faktor awal yang memengaruhi individu dalam menentukan pilihan terhadap media yang digunakan. Dalam penelitian ini, anteseden mencakup variabel individual dan lingkungan, seperti usia, latar belakang pendidikan, tingkat literasi digital, serta kebutuhan akan akses informasi kesehatan yang cepat dan efisien tanpa harus melakukan tatap muka langsung.

Faktor-faktor tersebut menjadi landasan awal yang membentuk perilaku pasien dalam menggunakan akun Instagram @pelangibundamedika sebagai sumber informasi.

Motif

Motif adalah dorongan psikologis dan sosial di balik penggunaan media Ambar (2020). Sesuai dengan pendekatan teori Uses and Gratifications, motif tersebut dapat bersifat personal maupun berkaitan dengan identitas. Dalam konteks penelitian ini, pasien Klinik Pelangi Bunda Medika menggunakan Instagram didorong oleh motif keinginan untuk mencari informasi seputar layanan klinik, serta motif diversifikasi (untuk memenuhi kebutuhan hiburan atau kedekatan sosial secara daring dengan pihak klinik).

Penggunaan Media

Penggunaan media adalah tahap di mana motif diwujudkan menjadi perilaku aktif, mencakup pilihan jenis media, frekuensi, durasi konsumsi, dan intensitas keterlibatan Hadi et al. (2021). Tahapan ini menggambarkan bagaimana media digunakan berdasarkan motif yang telah terbentuk. Pasien yang mengikuti akun Instagram @pelangibundamedika mengakses berbagai fitur seperti unggahan feed, story, hingga poster jadwal dokter atau informasi promosi layanan kesehatan. Aktivitas ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana utama dalam memperoleh informasi yang berkaitan dengan layanan kesehatan.

Efek

Efek dari penggunaan media mencakup dua aspek utama, yaitu kepuasan dan pengetahuan. Dalam penelitian ini, efek yang dimaksud adalah sejauh mana informasi yang diperoleh melalui Instagram mampu memenuhi kebutuhan informasi pasien. Efektivitas penyampaian informasi melalui media sosial ini turut dipengaruhi oleh kualitas konten, frekuensi pembaruan, serta daya tarik visual yang disajikan oleh akun Instagram klinik. Dengan menggunakan model ini sebagai kerangka teoritik, penelitian ini diharapkan mampu menjelaskan secara komprehensif bagaimana proses penggunaan Instagram oleh pasien Klinik Pelangi Bunda Medika berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mereka.

New Media

Dalam penelitian ini, teori media baru (new media theory) dijadikan sebagai landasan pendukung untuk memahami peran media sosial, khususnya Instagram, dalam memenuhi kebutuhan informasi pasien Klinik Pelangi Bunda Medika. Teori ini menegaskan bahwa kemunculan media baru telah menggeser pola komunikasi yang sebelumnya bersifat satu arah, seperti pada media cetak maupun televisi, menjadi interaktif dan dua arah. Media sosial memungkinkan terjadinya umpan balik langsung antara penyampai pesan dengan penerima,

sehingga lembaga kesehatan dapat memanfaatkan platform ini untuk menyajikan informasi secara edukatif, promotif, sekaligus komunikatif kepada pasien maupun calon pasien. Nasrullah (2020) menjelaskan bahwa media baru merujuk pada bentuk media berbasis digital yang interaktif, partisipatif, dan dapat diakses kapan saja melalui jaringan internet. Karakteristik tersebut menjadikan media sosial seperti Instagram sebagai saluran yang efektif dalam mendistribusikan informasi kepada publik, termasuk kepada pasien di sektor layanan kesehatan.

Dalam ranah kesehatan, penelitian Dewi & Heriyanto (2024) memperlihatkan bahwa masyarakat Indonesia memanfaatkan media sosial untuk memperoleh informasi terkait vaksinasi COVID-19. Media sosial terbukti mampu menyebarkan informasi secara cepat dan luas, sehingga membantu masyarakat dalam pengambilan keputusan kesehatan. Di sisi lain, Qodariyah & Yuliaty (2025) menekankan pentingnya menjaga kerahasiaan pasien ketika media sosial digunakan sebagai sarana promosi klinik. Mereka menyoroti bahwa pelanggaran terhadap etika pemasaran digital, misalnya penyalahgunaan data pribadi pasien untuk konten promosi, berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan serta merusak citra klinik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media baru seperti Instagram memiliki peran strategis dalam memenuhi kebutuhan informasi pasien secara cepat, fleksibel, dan interaktif. Namun, efektivitasnya sangat dipengaruhi oleh bagaimana pengelola akun—dalam hal ini @pelangibundamedika mampu menghadirkan konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga komunikatif, etis, dan responsif terhadap kebutuhan audiens.

Media Sosial

Media pada dasarnya berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Hidayatullah et al. (2025) mendefinisikan media sebagai segala bentuk perantara yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga mampu merangsang pikiran, perhatian, emosi, serta minat audiens dalam suatu proses komunikasi. Dalam perkembangannya, media kini hadir dalam bentuk digital, termasuk media sosial yang menjadi bagian penting dari komunikasi modern. Media sosial merupakan platform daring yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berbagi informasi, berinteraksi, dan membangun jejaring sosial melalui konten berupa teks, gambar, dan video. Popularitasnya sebagai sarana komunikasi tidak terlepas dari kemampuannya menyebarkan informasi secara cepat, luas, dan interaktif. Instagram, misalnya, sebagai media sosial berbasis visual memberi peluang bagi institusi kesehatan untuk menyampaikan informasi melalui konten menarik berupa gambar, video singkat, maupun teks (Tjahyanti, 2021). Berbagai fitur seperti story, reels, dan live streaming mendukung penyebaran informasi secara

real-time serta lebih engaging. Seperti ditegaskan Febriyanti et al. (2024), media sosial kini menjadi kekuatan global yang mampu menghubungkan jutaan orang tanpa batas ruang dan waktu.

(Meiliawati et al., 2024) juga menyoroti bahwa pemanfaatan media sosial dalam konteks pendidikan maupun informasi publik menunjukkan peran penting teknologi digital—termasuk Artificial Intelligence dan platform interaktif—dalam menyajikan informasi yang relevan dan aktual, tidak terkecuali pada bidang kesehatan. Media sosial bahkan memungkinkan terciptanya komunikasi dua arah antara institusi dan audiens, sehingga meningkatkan efektivitas dalam penyampaian pesan. Dengan demikian, media sosial, khususnya Instagram, dapat dipandang sebagai saluran komunikasi digital yang efektif dalam menyebarkan informasi kesehatan secara cepat, menarik, dan interaktif. Platform ini tidak hanya memberikan ruang bagi penggunanya untuk berbagi ide dan informasi, tetapi juga membentuk komunitas virtual (Tyas et al., 2024). Pemanfaatannya mendukung komunikasi dua arah antara lembaga kesehatan dan masyarakat sekaligus menjawab kebutuhan informasi yang semakin kompleks di era digital.

Instagram

Menurut Herawati (2025) menjelaskan bahwa pemanfaatan media sosial, termasuk Instagram, telah memberikan perubahan besar dalam cara masyarakat memperoleh informasi, khususnya di bidang kesehatan. Instagram, sebagai salah satu platform populer, memungkinkan lembaga kesehatan menyampaikan pesan secara visual dan interaktif sehingga lebih mudah dipahami dan menjangkau khalayak luas. Sejalan dengan itu, Ghazali & Sarah Samaria (2024) menegaskan bahwa konten edukatif yang disajikan di Instagram berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman serta kesadaran masyarakat terhadap isu-isu kesehatan. Instagram sendiri merupakan platform berbasis visual yang memberi ruang bagi pengguna untuk berbagi foto maupun video, serta berinteraksi melalui komentar, pesan langsung, dan fitur stories (Mira Veranita et al., 2021). Karakteristik ini membuat Instagram banyak dimanfaatkan oleh institusi kesehatan karena mampu menghadirkan konten menarik secara visual sekaligus mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat. Dalam konteks penyebaran informasi kesehatan, Instagram mendukung penyampaian pesan yang efektif melalui kombinasi teks, gambar, dan video. Kondisi ini sejalan dengan temuan Anisah et al. (2021) yang menyatakan bahwa penggunaan Instagram oleh mahasiswa dapat memperluas akses sekaligus meningkatkan pemahaman mereka terhadap informasi kesehatan yang diperlukan.

Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Pemenuhan kebutuhan informasi dapat dipahami sebagai proses ketika individu secara sadar mencari serta menggunakan informasi untuk menjawab berbagai kebutuhan, mulai dari

informasi terbaru, informasi sehari-hari, hingga informasi yang lebih khusus dan mendalam. Teori *Uses and Gratifications* menegaskan bahwa setiap orang bersikap aktif dalam memilih media yang dianggap mampu memenuhi kebutuhannya. Media sosial khususnya Instagram, menjadi salah satu alternatif utama yang banyak dimanfaatkan, termasuk untuk memperoleh informasi seputar kesehatan. Kebutuhan informasi juga berkaitan erat dengan dorongan individu untuk menambah pengetahuan, memuaskan rasa ingin tahu, ataupun mendukung pengambilan keputusan dalam kehidupan sehari-hari. Instagram, yang berbasis visual, kini tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan atau interaksi sosial, tetapi juga berfungsi sebagai sumber informasi yang cepat dan mudah diakses (Saputra & Hartanto, 2023). Melalui akun resmi lembaga kesehatan, masyarakat dapat memperoleh informasi penting seperti jadwal praktik dokter, layanan medis, maupun edukasi kesehatan yang membantu pasien memahami kondisi serta mengambil keputusan terkait kesehatan mereka.

Kualitas informasi menjadi faktor kunci dalam pemenuhan kebutuhan tersebut. Pesan yang akurat, jelas, dan relevan akan lebih dipercaya serta dimanfaatkan oleh audiens Saputra & Hartanto (2023) menambahkan bahwa informasi akan memiliki makna ketika disampaikan sesuai dengan konteks dan kebutuhan penerimanya, terutama dalam isu kesehatan mental. Sementara itu, (Wahyuni et al., 2021) menekankan bahwa akurasi, relevansi, dan kejelasan informasi berpengaruh terhadap bagaimana pesan diterima dan dipahami. Dengan demikian, penyampaian informasi melalui media sosial bukan hanya berfungsi sebagai sarana berbagi pengetahuan, tetapi juga sebagai upaya pemberdayaan pasien agar lebih peduli terhadap kesehatan dirinya. Dalam konteks penelitian ini, pemanfaatan Instagram oleh Klinik Pelangi Bunda Medika menjadi salah satu strategi efektif untuk memenuhi kebutuhan informasi pasien secara cepat, interaktif, dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Hipotesis Penelitian

Muchsinin & Rahmawati (2020) menyatakan bahwa pengertian hipotesis adalah tidak lain dari jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian, yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Setelah kerangka berpikir terbentuk, peneliti merumuskan hipotesis sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Menurut Yam & Taufik (2021), hipotesis dibangun berdasarkan kombinasi teori yang digunakan, logika berpikir, dan hasil penelitian sebelumnya, serta akan diuji kebenarannya melalui pengumpulan dan analisis data. Hipotesis dalam penelitian ini adalah prediksi peneliti terhadap pengaruh penggunaan media sosial Instagram @pelangibundamedika terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pasien di Klinik Pelangi Bunda Medika. Prediksi ini disusun berdasarkan teori *Uses and Gratifications* yang menyatakan bahwa khalayak secara aktif menggunakan media untuk memenuhi

kebutuhannya, termasuk kebutuhan akan informasi (Mendrofa et al., 2016). Media sosial seperti Instagram dianggap memiliki potensi sebagai media komunikasi yang efektif dalam menyampaikan informasi Kesehatan (Situmorang & Sujarwadi, 2024). Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₀: Penggunaan Instagram @pelangibundamedika tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pasien Klinik Pelangi Bunda Medika.

H₁: Penggunaan Instagram @pelangibundamedika berpengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pasien Klinik Pelangi Bunda Medika.

Hipotesis ini akan diuji dengan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif melalui analisis statistik, guna mengetahui apakah penggunaan media sosial Instagram dapat dikatakan efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi pasien.

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian menggunakan jenis kuantitatif, yaitu pendekatan yang memanfaatkan data berbentuk angka untuk menjawab pertanyaan penelitian (Waruwu et al., 2025). Kuantitatif menekankan pengumpulan data dalam jumlah besar agar dapat dianalisis secara statistik, dengan tujuan memperoleh hasil yang valid, objektif, dan dapat digeneralisasikan. Menurut Nanda (2025), cakupan populasi dalam penelitian kuantitatif biasanya luas, sehingga diperlukan sampel yang representatif. Pendekatan ini tepat untuk mengukur variabel-variabel secara sistematis menggunakan teknik perhitungan statistik. Oleh karena itu, metode kuantitatif dipilih guna menganalisis pengaruh penggunaan media sosial Instagram @pelangibundamedika terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pasien Klinik Pelangi Bunda Medika secara objektif.

Pendekatan yang digunakan adalah asosiatif, yakni untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Kariani & Rusni (2021) menjelaskan bahwa pendekatan ini berguna untuk membangun teori melalui analisis hubungan kausal yang menjelaskan suatu gejala secara sistematis. Dalam penelitian ini, pendekatan asosiatif bertujuan menguji pengaruh variabel bebas, yaitu penggunaan akun Instagram @pelangibundamedika, terhadap variabel terikat, yakni pemenuhan kebutuhan informasi pasien. Melalui pendekatan ini, hubungan antarvariabel dapat dianalisis secara statistik.

Populasi dan Sampel

Definisi populasi menurut Zakky (2020) adalah sekumpulan individu dengan kualitas dan karakter yang sudah ditetapkan oleh peneliti, dimana karakter tersebut dinamakan sebagai variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien Klinik Pelangi Bunda Medika

yang mengetahui atau mengikuti akun Instagram @pelangibundamedika. Berdasarkan data terakhir yang diperoleh dari akun Instagram tersebut pada tanggal 1 Mei 2025 pukul 11.22 WIB, jumlah pengikut aktif mencapai 469 orang. Populasi ini dipilih karena mereka merupakan subjek yang paling relevan untuk menilai sejauh mana informasi yang disampaikan melalui media sosial tersebut memenuhi kebutuhan informasi mereka terkait layanan Kesehatan. Sampel merupakan sebagai bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu yang dapat mewakili populasinya (Riadi, 2022). Sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu (Salmaa, 2023). Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah: Pasien yang pernah berkunjung ke Klinik Pelangi Bunda Medika minimal satu kali; Pasien yang mengetahui dan mengikuti akun Instagram @pelangibundamedika; Pasien yang berusia minimal 17 tahun dan mampu mengisi kuesioner secara mandiri.

Jumlah sampel ditentukan berdasarkan pendekatan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (e) sebesar 10%. Rumus Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang terbatas, agar hasil penelitian dapat merepresentasikan populasi secara keseluruhan (Yuda, 2024). Fahmi (2024) menjelaskan bahwa margin kesalahan adalah ukuran ketidakpastian dari hasil survei. Margin kesalahan dinyatakan dalam bentuk persentase atau dalam bentuk jumlah absolut, tergantung pada metode yang digunakan dalam survei tersebut.

$$\text{Rumus Slovin: } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel
- N = jumlah populasi (469)
- e = tingkat kesalahan (0,1)

Perhitungan:

$$n = \frac{469}{1 + 469 \times (0,1)^2} = \frac{469}{1 + 469 \times 0,01} = \frac{469}{1 + 4,69} = \frac{469}{5,69} \approx 82,41$$

Seiring dengan hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin, jumlah sampel yang diperoleh adalah sebanyak 83 responden dengan tingkat kesalahan (e) sebesar 10%. Namun, untuk memperluas dan memastikan data yang lebih representatif, peneliti memutuskan untuk mengambil sampel sebanyak 100 responden. Keputusan ini diambil dengan pertimbangan bahwa jumlah responden yang lebih besar akan memberikan gambaran yang lebih akurat dan mewakili populasi sebanyak 469 followers Instagram @pelangibundamedika. Dengan

demikian, jumlah sampel yang lebih banyak diharapkan dapat meningkatkan validitas dan keterwakilan data dalam penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Afra (2023), teknik pengumpulan data dalam penelitian ilmiah adalah prosedur sistematis untuk memperoleh data yang diperlukan. Teknik pengumpulan data utama dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Kuesioner merupakan sebuah teknik terstruktur untuk melakukan pengumpulan data yang terdiri dari rangkaian pertanyaan secara tertulis, yang harus dijawab oleh responden (Rahman et al., 2022). Kuesioner digunakan untuk memperoleh data primer dari responden, yaitu pasien Klinik Pelangi Bunda Medika yang mengetahui atau mengikuti akun Instagram @pelangibundamedika. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert empat tingkat. Skala Likert 4 adalah salah satu jenis skala Likert yang digunakan untuk mengukur opini atau sikap seseorang terhadap suatu topik dengan memberikan empat pilihan jawaban. Peneliti menggunakan skala likert 4 poin yang meniadakan nilai tengah (*zero point*) (Mayasari, 2021). Data hasil kuesioner yang telah dikumpulkan terlebih dahulu ditabulasi menggunakan Microsoft Excel untuk mempermudah proses rekapitulasi. Selanjutnya, data tersebut dianalisis lebih lanjut menggunakan bantuan program SPSS. Penggunaan skala 4 poin dalam penelitian ini dipandang telah mampu merepresentasikan respons responden secara kuantitatif. Skala ini bertujuan untuk mengukur tanggapan responden terhadap berbagai aspek konten yang diunggah di akun Instagram @pelangibundamedika, seperti informasi edukasi kesehatan, jadwal praktik dokter, dan promosi layanan klinik. Data hasil kuesioner yang telah dikumpulkan terlebih dahulu ditabulasi menggunakan Microsoft Excel untuk mempermudah proses rekapitulasi. Selanjutnya, data tersebut dianalisis lebih lanjut menggunakan bantuan program SPSS.

Validitas dan Reliabilitas

Sebelum data dianalisis lebih lanjut, dilakukan pengujian terhadap instrumen kuesioner untuk memastikan bahwa alat ukur benar-benar valid dan reliabel. Uji Validitas dilakukan menggunakan rumus korelasi Pearson Product Moment sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

- r adalah koefisien korelasi,
- n adalah jumlah responden,
- X adalah skor item,

- Y adalah skor total.

Jika nilai r hitung $> r$ tabel, maka item dinyatakan valid.

- Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right)$$

Dimana:

- α adalah koefisien reliabilitas,
- K adalah jumlah item,
- S_i^2 adalah varians item ke-i,
- S_T^2 adalah varians total.

Instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha ≥ 0.60 .

Regresi Linier Sederhana

Untuk menguji pengaruh penggunaan media sosial Instagram @pelangibundamedika terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pasien, digunakan analisis regresi linier sederhana dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX + \epsilon$$

Dimana:

- Y adalah variabel dependen (pemenuhan kebutuhan informasi),
- X adalah variabel independen (penggunaan Instagram),
- a adalah konstanta,
- b adalah koefisien regresi,
- ϵ adalah error.

Kriteria pengambilan keputusan:

- Jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka terdapat pengaruh signifikan antara X terhadap Y.
- Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka tidak terdapat pengaruh signifikan.

Seluruh proses analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak statistik, yaitu SPSS versi terbaru, agar hasil pengolahan data lebih akurat dan efisien.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Data pada penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan pengikut akun Instagram @pelangibundamedika yang juga sekaligus pasien Klinik

Pelangi Bunda Medika. Data yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis secara statistik menggunakan program SPSS. Tahapan analisis diawali dengan uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, dilanjutkan dengan analisis deskriptif untuk mengetahui nilai rata-rata dan standar deviasi dari setiap item pernyataan. Selanjutnya dilakukan analisis frekuensi guna melihat distribusi jawaban responden, serta uji korelasi Pearson untuk mengetahui hubungan antara variabel penggunaan Instagram dan pemenuhan kebutuhan informasi pasien.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan jumlah responden sebanyak 100 orang, maka derajat kebebasan (df) = $N - 2 = 98$. Dengan taraf signifikansi 0,05 dan uji dua sisi, diperoleh nilai $r_{tabel} = 0,1966$. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,1966), maka item pernyataan dianggap valid dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Berikut adalah hasil uji validitas pada masing-masing item pernyataan:

Tabel 1. Item-Total Statistics Variabel X.

	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
QX1	.381	Valid
QX2	.447	Valid
QX3	.376	Valid
QX4	.370	Valid
QX5	.308	Valid
QX6	.304	Valid
QX7	.351	Valid
QX8	.465	Valid

Sumber : Output SPSS, 2025.

Nilai r_{hitung} masing-masing butir pertanyaan dalam penelitian ini dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* dari output SPSS pada Tabel 4.1 dan Tabel 4.2. Berdasarkan data tersebut, semua butir pertanyaan dari QX1 sampai QX8 dan QY1 sampai QY8 memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , yaitu 0,1966 (dengan jumlah responden 100, $df-2 = 98$, signifikansi 0,05 dua arah).

Tabel 2. Item-Total Statistics Variabel Y.

	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
QY1	.317	Valid
QY2	.436	Valid
QY3	.390	Valid
QY4	.356	Valid
QY5	.382	Valid
QY6	.450	Valid
QY7	.383	Valid
QY8	.410	Valid

Sumber : Output SPSS, 2025.

Nilai r_{hitung} terendah terdapat pada QY1 sebesar 0,317, dan nilai tertinggi terdapat pada QX2 sebesar 0,525. Karena seluruh nilai $r_{hitung} > 0,1966$, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen, yaitu penggunaan akun Instagram @pelangibundamedika (X) terhadap variabel dependen, yaitu pemenuhan kebutuhan informasi (Y). Pengujian dilakukan menggunakan bantuan SPSS versi 25, dan hasilnya ditampilkan melalui tiga tabel utama: Model Summary, ANOVA, dan Coefficients. Tabel Coefficients memberikan informasi mengenai nilai konstanta dan koefisien regresi variabel X.

Tabel 3. Coefficients Regresi Linier.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	10.095	1.876	
	VARIABEL X	.647	.070	.684

Sumber : Output SPSS, 2025

Dari tabel tersebut dapat dibentuk persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = 10.095 + 0.647 X$$

Artinya, jika penggunaan akun Instagram meningkat 1 satuan, maka nilai pemenuhan kebutuhan informasi akan meningkat sebesar 0,647 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai t_{hitung} sebesar 9.294 dengan sig. $0.000 < 0.05$ menunjukkan bahwa variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y secara parsial. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan akun Instagram @pelangibundamedika berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pasien Klinik Pelangi Bunda Medika.

Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah mengenai pengaruh antara penggunaan akun Instagram @pelangibundamedika (X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y). Uji hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linier sederhana, dengan mengacu pada nilai signifikansi (Sig.) dan nilai t_{hitung} pada Tabel Coefficients.

Tabel 4. Coefficients Hipotesis.

Model		t	Sig.
1	(Constant)	5.381	.000
	VARIABEL X	9.294	.000

Sumber : Output SPSS, 2025

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi (*Sig.*) untuk variabel X adalah 0.000, dan nilai t_{hitung} sebesar 9.294. Nilai tersebut dibandingkan dengan batas signifikansi (α) sebesar 0.05, dan t_{tabel} sebesar 1.984 ($df = 98$, $\alpha = 0.05$). Kriteria pengambilan keputusan:

Jika $Sig. < 0.05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak

Jika $Sig. \geq 0.05$ atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima

Karena $0.000 < 0.05$ dan $9.294 > 1.984$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan akun Instagram @pelangibundamedika terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pasien Klinik Pelangi Bunda Medika.

Hasil Koefien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen (X) mampu menjelaskan variabel dependen (Y) dalam model regresi.

Tabel 5. Koefien Determinasi.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.684 ^a	.468	.463	1.893	1.646

Sumber : Output SPSS, 2025.

Berdasarkan hasil uji yang ditampilkan pada tabel *Model Summary*, diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0.468. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 46,8% dalam variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y) dapat dijelaskan oleh penggunaan akun Instagram @pelangibundamedika (X). Sedangkan sisanya sebesar 53,2% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini, seperti misalnya: akses informasi dari tenaga medis secara langsung, media komunikasi lain (seperti WhatsApp, brosur, atau website), pengalaman pribadi pasien, serta pengaruh lingkungan sekitar. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan akun Instagram @pelangibundamedika memberikan kontribusi yang cukup kuat terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pasien, meskipun masih terdapat faktor lain yang juga memengaruhi, namun tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Klinik Pelangi Bunda Medika, yang berlokasi di Jl. Bukit Baja Sejahtera No.6, Ciwaduk, Kec. Cilegon, Kota Cilegon, Banten 42415. Klinik ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena menjadi subjek utama dalam studi ini, yaitu akun Instagram resmi milik klinik tersebut, yakni @pelangibundamedika, yang digunakan sebagai media komunikasi dan informasi kepada pasien. Pemilihan tempat ini juga didasarkan pada relevansi antara objek penelitian dengan aktivitas media sosial yang dijalankan oleh klinik dalam

menyampaikan informasi layanan kesehatan kepada pasien. Selain itu, keberadaan pengikut akun Instagram klinik menjadi dasar dalam menentukan responden penelitian.

Waktu Penelitian

Jadwal dalam penelitian ini dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 6. Tabel Jadwal Penelitian.

No	KEGIATAN	April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal																
2	Sidang Proposal																
3	Revisi & Pengurusan Izin Penelitian																
4	Penyusunan Kuisisioner																
5	Penelitian																
6	Penyusunan BAB 4 (pengolahan data)																
7	Penyusunan BAB 5																
8	Sidang Skripsi																

Sumber: Diolah peneliti, 2025.

Hasil Analisis Data

Sebelum memasuki tahap analisis inferensial, penyajian statistik deskriptif dilakukan guna memberikan gambaran umum mengenai kecenderungan tanggapan responden terhadap variabel X (Penggunaan Instagram @pelangibundamedika) dan variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi). Statistik deskriptif meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi yang diperoleh berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden.

Tabel 2. Descriptive Statistic

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VARIABEL X	100	19	32	26.81	2.733
VARIABEL Y	100	22	32	27.44	2.583
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Output SPSS, 2025

Untuk mengetahui kecenderungan skor rata-rata terhadap nilai maksimal, digunakan perhitungan dalam bentuk presentase menggunakan rumus:

$$\left(\frac{\text{Mean}}{\text{Skor Maksimal}} \right) \times 100\%$$

Rumus tersebut digunakan untuk mengubah nilai rata-rata menjadi bentuk persentase agar dapat diinterpretasikan berdasarkan klasifikasi kategori tertentu seperti rendah, sedang, atau tinggi. Skor maksimum ditentukan berdasarkan jumlah item pernyataan dalam masing-masing variabel, yaitu sebanyak 8 butir dengan skala Likert 4 poin, sehingga skor maksimal adalah 32. Hasil perhitungan persentase adalah sebagai berikut:

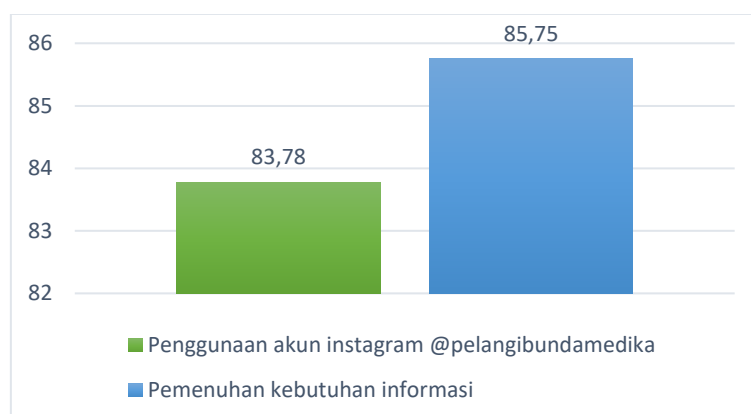
Variabel X:

$$\left(\frac{26,81}{32}\right) \times 100\% = 83,78\%$$

Variabel Y:

$$\left(\frac{27,44}{32}\right) \times 100\% = 85,75\%$$

Nilai 83,78% pada variabel X menunjukkan bahwa penggunaan akun Instagram @pelangibundamedika berada dalam kategori tinggi. Sedangkan nilai 85,75% pada variabel Y menunjukkan bahwa tingkat pemenuhan kebutuhan informasi melalui akun tersebut juga berada dalam kategori tinggi. Berdasarkan persentase kedua variabel, dapat disimpulkan bahwa responden memberikan penilaian yang sangat positif terhadap penggunaan media sosial Instagram oleh pihak klinik dalam menyediakan informasi. Hasil pengukuran ini juga menjawab rumusan masalah pertama dan kedua, yang menunjukkan bahwa akun Instagram @pelangibundamedika digunakan secara intensif dan dinilai mampu memenuhi kebutuhan informasi pasien secara optimal.



Gambar 5. Diagram Analisis Variabel.

Sumber: diolah peneliti, 2025.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan akun Instagram @pelangibundamedika memang memberi dampak nyata terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pasien Klinik Pelangi Bunda Medika. Dari hasil analisis deskriptif, terlihat bahwa tingkat penggunaan Instagram oleh responden berada pada kategori tinggi. Sebagian besar responden aktif mengakses akun tersebut untuk mencari informasi seputar layanan klinik, dengan presentase rata-rata tanggapan mencapai 83,78%. Ini menunjukkan

bahwa Instagram telah menjadi salah satu saluran informasi yang cukup dipercaya oleh pasien maupun calon pasien.

Kebutuhan informasi pasien (baik berupa informasi rutin, terkini, maupun yang bersifat spesifik) juga dinilai telah terpenuhi dengan baik. Rata-rata skor tanggapan responden berada di angka 85,75%, yang memperkuat fakta bahwa konten yang disajikan di akun Instagram klinik cukup relevan dan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh audiensnya. Dari hasil uji regresi linier sederhana, ditemukan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara penggunaan Instagram dan pemenuhan kebutuhan informasi. Dengan nilai signifikansi 0.000 dan koefisien determinasi sebesar 46,8%, dapat dikatakan bahwa hampir separuh dari tingkat terpenuhinya kebutuhan informasi pasien dipengaruhi oleh seberapa besar mereka menggunakan akun Instagram tersebut sebagai sumber informasi.

Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian yang telah diperoleh, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan untuk pihak-pihak terkait maupun peneliti selanjutnya. Saran untuk penelitian selanjutnya. Berdasarkan temuan dari skor tertinggi yaitu QX5 (345 mengenai kepercayaan pasien setelah melihat konten Instagram) dan QY7 (361 mengenai kemudahan perencanaan kunjungan dari info jadwal praktik), dapat disimpulkan bahwa Instagram sangat berpengaruh dalam membangun kepercayaan serta membantu pengambilan keputusan pasien. Maka dari itu, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan studi lanjutan yang mengeksplorasi hubungan antara persepsi kepercayaan dan loyalitas pasien terhadap akun media sosial layanan kesehatan.

Selain memaksimalkan Instagram, Klinik Pelangi Bunda Medika disarankan untuk mengembangkan penggunaan platform media sosial lain agar jangkauan informasi semakin luas. Misalnya, Facebook yang memiliki basis pengguna beragam usia, WhatsApp Business untuk penyebaran informasi cepat dan personal melalui fitur broadcast, serta TikTok untuk menyajikan edukasi kesehatan singkat yang menarik bagi generasi muda. Di samping itu, pengelolaan website resmi klinik juga penting sebagai pusat informasi formal yang dapat diakses kapan saja oleh pasien. Strategi multi-platform ini akan memperkuat efektivitas komunikasi kesehatan dan meminimalisir adanya pasien yang terlewat informasi penting.

DAFTAR REFERENSI

- Akbar, A., Kartawinata, B. R., & Wardhana, A. (2023). Penyuluhan #Seri3: Paylater dalam e-commerce (Membantu atau menjebak?). *Jurnal ADAM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 167–172. <https://doi.org/10.37081/adam.v2i1.1383>
- Dewi, A. R., & Heriyanto. (2024). Pemanfaatan media sosial dalam pengambilan keputusan berkelanjutan vaksinasi Covid-19. *Anuva*, 8(1), 1–11.
- Dzattadini, A., Nurpadilah, M. A., Riska Angraeni, V., Aulyadisha, V., Mauldya, R. D. E., & Razak, R. W. A. (2024). Dampak penggunaan aplikasi paylater terhadap gaya hidup masyarakat. *Akuntansi Pajak Dan Kebijakan Ekonomi Digital*, 1(2), 51–60. <https://doi.org/10.61132/apke.v1i2.75>
- Fajarwati, N. K., Susilawati, E., Fitrianti, R., Handayani, P., & Zulfikar, M. (2023). Digital literacy and communication privacy in cybermedia era. *The International Journal of Politics and Sociology Research*, 11(2), 274–279. www.ijobsor.pelnus.ac.id
- Fauziah, S. N., Prayitno, P. H., Wahyono, H., & Inayati, R. (2023). The effect of financial literacy and self-control on consumptive behavior with paylater as a mediating variable. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), 66–78. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v11i1.10209>
- Leonita, D., & Wulandari, S. (2024). Pengaruh fitur Shopee Paylater, literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berbelanja online di Shopee (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Program Studi Manajemen Angkatan 2020). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(02), 554–566. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i02.33657>
- Mahendra, P., Saing, S. N. M., Khafid, Y. A., Rhomadon, A., Poniasih, A., Saleh, R. A., Hakim, A. A., Putri, I. N. A., Djannah, S. N., & Solikhah, S. (2024). Penyuluhan kesehatan mental sebagai upaya promotif preventif kesehatan. *APMa Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 63–72. <https://doi.org/10.47575/apma.v4i2.578>
- Mursalina, A., Hasanah, H., & Efriani, E. (2024). Perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee Paylater. *Balale: Jurnal Antropologi*, 5(1), 29–51. <https://doi.org/10.26418/balale.v5i1.78054>
- Nurfitri, A. R., Dimyati, Winarsih, & Setyaningsih, E. (2025). Fenomena peningkatan penggunaan paylater di Indonesia dan dampaknya terhadap perilaku masyarakat. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 5, 2807–4246.
- Ramdhani, M. R., & Kurniawan, R. (2025). Peran fintech, literasi keuangan, dan sikap individu terhadap penggunaan GoPay Later di kalangan ibu rumah tangga. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(2), 3543–3558.
- Rindu, R., Prasetyo, K., Ulfah, M., Nur, D., Sumiati, S., Yunita, P., Yunita, P., Apriliana, A., Ramadhanti, G., Basara, S., Falah, D., Rahmanita, A., Mellinda, S., Kesuma, I., Susanti, A., Setyonugroho, A., Miftachurohman, A., & Andiyana, Y. (2024). Pengabdian kepada masyarakat “Mental health among Gen-Z anak muda si paling gampang stres.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Saga Komunitas*, 3(2), 281–285. <https://doi.org/10.53801/jpmsk.v3i2.177>
- Sahidin, I., Sadimantara, G. R., Wahyuni, W., Malik, F., Sadimantara, F. N., Muliadi, R., & Aziz, M. I. (2023). Sosialisasi dan edukasi tentang kesehatan mental di SMAN 1 Sampara Kecamatan Sampara Kabupaten Konawe Sulawesi. *EJOIN: Jurnal*

Pengabdian Masyarakat, 1(10), 1253–1259.
<https://doi.org/10.55681/ejoin.v2i10.1708>

- Setyowati, E., Abib, A. S., Astanti, D. I., & Rosariad, S. D. (2025). Peningkatan pemahaman siswa mengenai aspek hukum penggunaan paylater pada e-commerce di SMA Kesatrian 2 Semarang. *Jurnal Padamu Negeri*, 2(2), 155–160.
<https://doi.org/10.69714/bwhdc424>
- Sholihah, R. D., Nugraheni, S., & Fadila, A. (2024). Beyond promotions: Penguatan ketahanan keuangan melalui edukasi kesadaran konsumen terhadap gencaran promosi paylater. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 792–799.
<https://doi.org/10.31949/jb.v5i1.8067>
- Syiam, A. N., Kamiliya, N., Khoerunnisa, S., & Cahyani, S. I. (2025). Edukasi mengenai maraknya penggunaan paylater dan pinjaman online di kalangan anak muda. *DEDIKASI*, 4(2).