

# Hubungan Kualitas Informasi dengan Citra Kementerian Kesehatan Republik Indonesia

Natasya Nur Annisa, Ani Yuningsih  
Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Islam Bandung  
Bandung, Indonesia  
natasyan60@gmail.com

**Abstract**—The Ministry of Health of the Republic of Indonesia is one of the government agencies that uses social media Instagram with the username @kemenkes\_ri. The purpose of this study was to determine the extent to which the accuracy, timeliness and relevance of information with the personality, reputation and value of the Indonesian Ministry of Health. This study uses a quantitative method with a correlational study approach. According to data, Instagram followers @kemenkes\_ri who watch IGTV "Is the Covid-19 Vaccine Safe?" as many as 131,118 people and the sample is 100 respondents using random sampling technique. The data collection methods used are questionnaires, observation and literature study. The theory used is Cybernetics Theory with *New Media* theory as the supporting theory. The results of this study indicate that the correlation coefficient between the information quality variable and the image of the Ministry of Health of the Republic of Indonesia is 0.553 with a moderate level of relationship. Likewise with  $t_{count} (6,571) > t_{table} (1,660)$  so that it shows  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted.

**Keywords**—Quality of Information, Image, Cybernetics Theory, Ministry of Health Republic of Indonesia.

**Abstrak**—Kementerian Kesehatan Republik Indonesia merupakan salah satu lembaga pemerintah yang menggunakan media sosial Instagram dengan username @kemenkes\_ri. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana keakuratan, ketepatan waktu dan relevansi informasi dengan *personality, reputation* dan *value* Kemenkes RI. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan studi korelasional. Populasi adalah *followers* Instagram @kemenkes\_ri yang menonton IGTV "Apakah Vaksin Covid-19 Itu Aman?" sebanyak 131.118 orang dan sampelnya sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *random sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner, observasi, dan studi kepustakaan. Adapun teori yang digunakan adalah Sibernatika dengan teori *New Media* sebagai teori pendukungnya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara variabel kualitas informasi dengan citra Kemenkes RI sebesar 0,553 dengan tingkat hubungan yang sedang. Begitu pula dengan  $t_{hitung} (6,571) > t_{tabel} (1,660)$  sehingga menunjukkan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

**Kata Kunci**—Kualitas Informasi, Citra, Teori Sibernatika, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.

## I. PENDAHULUAN

Penggunaan media sosial oleh lembaga pemerintah ialah salah satu perubahan yang dapat dilakukan untuk

memanfaatkan teknologi. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia merupakan salah satu lembaga pemerintah yang menggunakan media sosial Instagram dengan *username* @kemenkes\_ri. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia adalah kementerian yang bertanggung jawab atas urusan kesehatan dalam pemerintahan Indonesia (Wikipedia, 2020).

Dilansir dari situs resmi Kementerian Kesehatan (kemkes.go.id, 2020) dikatakan bahwa akun Instagram @kemenkes\_ri telah menggait 4 penghargaan pada semua kategori dalam nominasi oleh *Government Social Media Summit* (GSMS) pada tahun 2020. Beberapa nominasi tersebut adalah *Most Engaging* Kementerian, *Most Active* Kementerian, *Best Use of Video* dan *Best Use of Image*. Prosedur perhitungan nilai dilakukan dengan memantau akun media sosial pada 50 Lembaga, 34 Pemerintah Provinsi, 121 BUMN dan 34 Kementerian dalam waktu satu tahun periode Oktober 2019 sampai dengan September 2020. Dilihat dari beberapa *awards* tersebut bahwa Kemenkes telah membuktikan kinerja mereka telah dilakukan sebaik mungkin untuk masyarakat.

Instagram @kemenkes\_ri dinilai lebih aktif dalam membagikan informasi yang edukatif dan informatif. Setiap harinya, akun Instagram @kemenkes\_ri konsisten dalam memposting foto dan video pada postingan maupun *story* seputar kesehatan, panduan dan perkembangan mengenai covid-19, serta kini yang paling sering diunggah yaitu informasi perihal vaksin. Kemenkes RI akan terus mengajak masyarakat untuk segera melakukan vaksinasi guna meminimalisir penyebaran virus corona yang kini kian sangat meningkat. Apabila dilihat dari akun media sosial Kemenkes RI yang lainnya seperti Twitter, terlihat kurang efektif dan informatif karena pada satu kali postingan hanya bisa menggunakan jumlah kata yang terbatas. Begitu pula pada fitur *reply, like* maupun *quote retweet* pun sangat sepi dari respon *followers*nya. Sama halnya pada Youtube Kemenkes RI, walaupun setiap harinya konsisten dalam mengunggah video tetapi respon seperti *comment* dan *like* dari *subscribarnya* terlihat sepi. Hal tersebut mungkin dikarenakan Twitter dan Youtube Kemenkes RI tidak memiliki massa sebanyak *followers* Instagram.

Kualitas informasi merupakan pemahaman dan pengukuran mengenai bagaimana informasi dapat dikomunikasikan dengan lengkap. Tuntutan dari kualitas

informasi yang tepat, cepat dan akurat akan mengembangkan inovasi - inovasi baru dalam sistem informasi. Dengan begitu, Kemenkes RI sangat berperan aktif dalam penanganan Covid-19. Kemenkes telah merilis beberapa informasi mengenai protokol kesehatan, *swab test* hingga yang terbaru ini adalah vaksinasi vaksin Covid-19. Pentingnya dilakukan sosialisasi mengenai vaksinasi dikarenakan vaksin ini sudah mulai diberikan ke masyarakat, maka pemberitahuan mengenai keamanan vaksin yang diunggah oleh akun Instagram @kemenkes\_ri di IGTV “Apakah Vaksin Covid-19 Itu Aman?” sangat diperlukan. Menurut laporan dari covid19.go.id, pada jajaran awal vaksinasi COVID-19 akan ditujukan khusus garda paling depan yang memiliki kerentanan tertinggi, yaitu tenaga kesehatan dan petugas layanan masyarakat. Kemudian akan dikembangkan secara bertahap berdasarkan kesiapan vaksin dan izinnya, yakni masyarakat yang menerima bantuan iuran BPJS, dan kelompok khalayak lainnya.

Kualitas informasi yang diunggah pada IGTV “Apakah Vaksin Covid-19 Itu Aman?” juga dapat memengaruhi penilaian dari respon masyarakat atau *followersnya* sehingga akan berpengaruh bagi citra Kemenkes RI. Komentar pada beberapa postingan @kemenkes\_ri terlihat respon dari *followersnya* yang memberikan tanggapan positif, negatif dan netral. Respon positif seperti komentar berisi dukungan kepada Kemenkes dan masyarakat untuk melawan Covid-19. Sedangkan respon negatifnya seperti meremehkan pandemi Covid-19 dan meremehkan kinerja Kemenkes maupun tenaga kesehatan Indonesia. Oleh karenanya informasi yang disebarluaskan Kemenkes RI sebegini berpengaruhnya ke masyarakat serta membentuk penilaian atau kesan baik atau buruk kepada pemerintah.

Citra merupakan hal yang penting dan digunakan dalam ruang lingkup *Public Relations*. Menurut Kotler & Keller (2013) citra perusahaan tidak dapat digambarkan dalam semalam, melainkan citra perusahaan harus ditingkatkan oleh perusahaan tersebut agar dapat menghadirkan kesan dan opini positif kepada konsumen. Citra menggambarkan seperangkat kepercayaan, konsep, dan kesan yang dimiliki oleh individu atau perusahaan tentang suatu objek. Maka dari itu melalui sebuah citra, dapat membentuk opini publik terhadap suatu lembaga, perusahaan, atau individu. Sesuai dengan penelitian ini, citra Kemenkes RI dapat dipengaruhi oleh pemanfaatan akun Instagramnya karena media sosial melibatkan *followers* dan dapat menjaring masukan – masukan. Apabila akun Instagram @kemenkes\_ri dikelola dengan bijak dan memberikan kualitas informasi yang baik, maka akan membawa dampak positif dari masyarakat (*followers*), begitupun sebaliknya. Beragam masukan dan komentar positif maupun negatif dapat terjadi sehingga mempengaruhi citra Kemenkes RI.

Dari kualitas informasi pada IGTV @kemenkes\_ri “Apakah Vaksin Covid-19 Itu Aman?” dengan citra Kemenkes RI diharapkan dapat meningkatkan rasa kepercayaan dan kepuasan masyarakat. Adanya kepuasan yang dirasakan oleh masyarakat, akan ada manfaat yang

banyak sekali dan dapat dipetik oleh Kemenkes serta dapat berkembang pada citra positif perusahaan. Selain itu, penelitian ini akan memberikan kontribusi pada perbaikan pengelolaan akun Instagram Kemenkes RI serta akan memberikan *feedback* berupa evaluasi tingkat efektivitas pengelolaan akun Instagramnya dalam membangun citra yang baik dan dapat dipetakan citra Kemenkes RI yang terbangun melalui akun Instagramnya. Oleh sebab itu, peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul “Hubungan Antara Kualitas Informasi Dengan Citra Kementerian Kesehatan Pada *Followers* Akun Instagram @kemenkes\_ri”.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Sejauh Mana Hubungan Kualitas Informasi dengan Citra Kementerian Kesehatan Republik Indonesia?”. Identifikasi dari masalah yang ditemukan oleh peneliti adalah sebagai berikut ;

1. Sejauh mana hubungan antara informasi akurat (*accuracy*) terhadap kepribadian (*personality*) Kementerian Kesehatan RI?
2. Sejauh mana hubungan antara ketepatan waktu (*timeliness*) informasi terhadap kepribadian (*personality*) Kementerian Kesehatan RI?
3. Sejauh mana hubungan antara informasi relevan (*relevance*) terhadap kepribadian (*personality*) Kementerian Kesehatan RI?
4. Sejauh mana hubungan antara informasi akurat (*accuracy*) terhadap reputasi (*reputation*) Kementerian Kesehatan RI?
5. Sejauh mana hubungan antara ketepatan waktu (*timeliness*) informasi terhadap reputasi (*reputation*) Kementerian Kesehatan RI?
6. Sejauh mana hubungan antara informasi relevan (*relevance*) terhadap reputasi (*reputation*) Kementerian Kesehatan RI?
7. Sejauh mana hubungan antara informasi akurat (*accuracy*) terhadap nilai (*value*) Kementerian Kesehatan RI?
8. Sejauh mana hubungan antara ketepatan waktu (*timeliness*) informasi terhadap nilai (*value*) Kementerian Kesehatan RI?
9. Sejauh mana hubungan antara informasi relevan (*relevance*) terhadap nilai (*value*) Kementerian Kesehatan RI?

Penulis menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan studi korelasional pada penelitian ini untuk mencari hubungan antara kualitas informasi dengan citra Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.

## II. LANDASAN TEORI

Sibernetika ini juga merupakan teori belajar yang digunakan pada penelitian ini dengan berbasis informasi dan teknologi. Sekarang istilah sibernetika telah berkembang menjadi segala sesuatu yang berkaitan dengan internet, kecerdasan buatan, dan jaringan komputer.

Dalam Littlejohn (2014: 62) istilah ‘*Cybernetic*’

pertama kali diterbitkan atau dikenalkan oleh Nobert Wiener, seorang ilmuwan dari Massachusetts Institut Of Technology (MIT). Teori siberetik merupakan teori belajar yang relatif baru dibandingkan dengan teori-teori belajar yang telah ada, seperti teori belajar behavioristik, konstruktivistik, humanistik, dan teori belajar kognitif (Ridwan, 2013: 35). Cara belajar dalam teori siberetik terjadi apabila penerima informasi dapat mengolah informasi, meninjaunya, dan menghasilkan *output* berkaitan dengan informasi tersebut. Dengan adanya pengolahan informasi dapat menjadikan penerima informasi ingin menerapkan ke dalam kehidupannya dan akan melekat pada ingatan jangka panjang sehingga tidak mudah terlupakan.

Tradisi siberetika merupakan tradisi sistem bersifat kompleks di mana banyak orang saling berinteraksi dan memengaruhi satu sama lainnya. Komunikasi tersebut dianggap sebagai sistem bagian – bagian atau variabel yang memengaruhi satu sama lain, membangun dan mengontrol karakter keseluruhan sistem serta menerima keseimbangan dan perubahan. Selain itu, teori ini juga dikenal adanya umpan balik setelah adanya pemberian informasi sehingga penerima informasi akan semakin ingin mencari tahu mengenai informasi tersebut.

Kemudian teori pendukungnya media baru (*new media*) yang dikemukakan oleh Pierre Levy dalam Novi (2017: 9) berpendapat bahwa media baru adalah teori yang menjelaskan tentang perkembangan media dari perspektif interaksi sosial.

Perspektif interaksi sosial didasarkan pada kedekatan media dengan tatap muka. Pierre Levy dalam Novi (2017: 9) menganggap *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan pengetahuan yang baru dan juga terpandang dalam dunia demokratis mengenai pemberian kuasa yang lebih efektif dan berdasarkan pada masyarakat.

*New Media* yang diperkenalkan oleh Miles dalam Novi (2017: 9) juga merupakan hasil penggabungan dari berbagai aspek integrasi media atau teknologi yang digabungkan termasuk komputer dan teknologi informasi, jaringan komunikasi serta media dan pesan informasi digital. Ini berarti bahwa definisi media baru di sini dapat dibatasi pada pemikiran, perasaan, dan pengalaman yang didapatkan individu dengan berpartisipasi dalam media dan komunikasi yang baru, berbeda dan lebih menantang. Dalam mengaplikasikan komunikasi, baik dilakukan oleh individu, kelompok, organisasi maupun negara; telah banyak masyarakat yang memanfaatkan *new media* sebagai salah satu alat yang dapat mendukung proses komunikasi. Sama halnya seperti media cetak, media elektronik, maupun *new media* memiliki fungsi untuk menyampaikan informasi kepada target komunikasi.

Keterkaitan antara teori *new media* dengan penelitian ini adalah informasi yang diunggah melalui Instagram @kemenkes\_ri, yang berperan sebagai salah satu bagian dari media sosial di mana berbagai aktivitas seperti penyampaian informasi, berita, mengajak masyarakat dan

lain sebagainya dapat dilakukan dengan mudah dan cepat. Teknologi yang telah berkembang pesat sehingga menciptakan suatu inovasi terbaru membuat segala hal menjadi lebih praktis. Maka dari itu, adanya *new media* yang terus berkembang memudahkan Kemenkes RI memberikan informasi seputar keamanan vaksin melalui IGTV kepada *followersnya* (masyarakat).

Dalam buku “Teori Komunikasi” karya Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss (2014: 60) juga menyatakan bahwa di dalam teori siberetika, komunikasi dipandang sebagai bagian – bagian yang memberikan pengaruh satu sama lain, membangun dan mengawasi seluruh aspek di dalamnya.

Keterkaitan antara teori siberetika dengan penelitian ini adalah informasi yang diposting dalam bentuk video di IGTV @kemenkes\_ri “Apakah Vaksin Covid-19 Itu Aman?” berfungsi sebagai pesan berisi informasi yang dapat ditayangkan untuk *followersnya*. Pesan tersebut memberi informasi, mengajak dan mempengaruhi masyarakat mengenai keamanan vaksin yang kini tengah diragukan masyarakat. Kemudian setelah *followersnya* menonton tayangan tersebut maka akan timbul persepsi dari masing – masing individu sehingga akan mempengaruhi penilaian (citra) mereka terhadap Kemenkes RI.

### III. METODOLOGI

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan membagikan kuesioner, observasi dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis korelasional bivariate. Terdapat atau tidaknya korelasi antara dua variabel yang diteliti bisa ditemukan dari nilai koefisien korelasi *Pearson Product Moment*, dengan menggunakan SPSS versi 21.

### IV. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

#### A. Hubungan Antara Kualitas Informasi (X) dengan Citra (Y)

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara Kualitas Informasi dengan Citra yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi *Pearson Product Moment*. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1.

**TABEL 1.** HUBUNGAN KUALITAS INFORMASI (X) DENGAN CITRA (Y)

Variabel	$r_s$	$t_{hitung}$	$T_{tabel}$	Keputusan	Derajat Keeratan
X dan Y	0,553	6,571	1,660	Ho ditolak	Sedang

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2021.

Dapat dilihat pada Tabel 1, nilai *correlation pearson product moment* ( $R_s$ ) adalah 0,553. Hasil uji signifikansi diperoleh dari  $t_{hitung}$  senilai 6,571 dan nilai  $t_{tabel}$  dengan  $df = 98$  dan  $\alpha = 5\%$  adalah sebesar 1,660. Maka  $t_{hitung} (6,571) > t_{tabel} (1,660)$  sehingga  $H_0$  ditolak. Hal tersebut menyatakan adanya hubungan antara variabel x dan y mempunyai korelasi dengan derajat hubungan “sedang”, karena terdapat pada interval korelasi 0,40 – 0,599 sesuai yang tertera pada tabel 3.3 Kriteria Guilford.

**TABEL 2.** HUBUNGAN INFORMASI AKURAT ( $X_1$ ) DENGAN KEPRIBADIAN ( $Y_1$ )

Variabel	$r_s$	$t_{hitung}$	$T_{tabel}$	Keputusan	Derajat Keeratan
X dan Y	0,498	5,685	1,660	Ho ditolak	Sedang

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2021.

Dapat dilihat pada Tabel 2, nilai *correlation pearson product moment* ( $R_s$ ) adalah 0,498. Hasil uji signifikansi diperoleh dari  $t_{hitung}$  senilai 5,685 dan nilai  $t_{tabel}$  dengan  $df = 98$  dan  $\alpha = 5\%$  adalah sebesar 1,660. Maka  $t_{hitung} (5,685) > t_{tabel} (1,660)$  sehingga  $H_0$  ditolak. Hal tersebut menyatakan bahwa hubungan antara kedua variabel memiliki korelasi dengan derajat hubungan “sedang”, karena terdapat pada interval korelasi 0,40 – 0,599 sesuai yang tertera pada kriteria Guilford.

**TABEL 3.** HUBUNGAN KETEPATAN WAKTU INFORMASI ( $X_2$ ) DENGAN KEPRIBADIAN ( $Y_1$ )

Variabel	$r_s$	$t_{hitung}$	$T_{tabel}$	Keputusan	Derajat Keeratan
$X_2$ dan $Y_1$	0,483	5,464	1,660	Ho ditolak	Sedang

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2021.

Dapat dilihat pada Tabel 3, nilai *correlation pearson product moment* ( $R_s$ ) adalah 0,483. Hasil uji signifikansi diperoleh dari  $t_{hitung}$  sebesar 5,464 dan nilai  $t_{tabel}$  dengan  $df = 98$  dan  $\alpha = 5\%$  adalah sebesar 1,660. Maka  $t_{hitung} (5,464) > t_{tabel} (1,660)$  sehingga  $H_0$  ditolak. Hal tersebut menyatakan bahwa hubungan antara kedua variabel memiliki korelasi dengan derajat hubungan “sedang”, karena berada pada interval korelasi 0,40 – 0,599 sesuai yang tertera pada kriteria Guilford.

**TABEL 4.** HUBUNGAN INFORMASI RELEVAN ( $X_3$ ) DENGAN KEPRIBADIAN ( $Y_1$ )

Variabel	$r_s$	$t_{hitung}$	$T_{tabel}$	Keputusan	Derajat Keeratan
$X_3$ dan $Y_1$	0,566	6,798	1,660	Ho ditolak	Sedang

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2021.

Dapat dilihat pada Tabel 4, nilai *correlation pearson product moment* ( $R_s$ ) adalah 0,566. Hasil uji signifikansi diperoleh dari  $t_{hitung}$  sebesar 6,798 dan nilai  $t_{tabel}$  dengan  $df = 98$  dan  $\alpha = 5\%$  adalah sebesar 1,660. Maka  $t_{hitung} (6,798) > t_{tabel} (1,660)$  sehingga  $H_0$  ditolak. Hal tersebut menyatakan bahwa hubungan antara kedua variabel memiliki korelasi dengan derajat hubungan “sedang”, karena berada pada interval korelasi 0,40 – 0,599 sesuai yang tertera pada kriteria Guilford.

**TABEL 5.** HUBUNGAN INFORMASI AKURAT ( $X_1$ ) DENGAN REPUTASI ( $Y_2$ )

Variabel	$r_s$	$t_{hitung}$	$T_{tabel}$	Keputusan	Derajat Keeratan
$X_3$ dan $Y_1$	0,425	4,648	1,660	Ho ditolak	Sedang

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2021.

Dapat dilihat pada Tabel 5, nilai *correlation pearson product moment* ( $R_s$ ) adalah 0,425. Hasil uji signifikansi diperoleh dari  $t_{hitung}$  sebesar 4,648 dan nilai  $t_{tabel}$  dengan  $df = 98$  dan  $\alpha = 5\%$  adalah sebesar 1,660. Maka  $t_{hitung} (4,648) > t_{tabel} (1,660)$  sehingga  $H_0$  ditolak. Hal tersebut menyatakan bahwa hubungan antara kedua variabel memiliki korelasi dengan derajat hubungan “sedang”, karena berada pada interval korelasi 0,40 – 0,599 sesuai yang tertera pada kriteria Guilford.

**TABEL 6.** HUBUNGAN KETEPATAN WAKTU INFORMASI ( $X_2$ ) DENGAN REPUTASI ( $Y_2$ )

Variabel	$r_s$	$t_{hitung}$	$T_{tabel}$	Keputusan	Derajat Keeratan
$X_2$ dan $Y_2$	0,402	4,348	1,660	Ho ditolak	Sedang

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2021.

Dapat dilihat pada Tabel 6, nilai *correlation pearson product moment* ( $R_s$ ) adalah 0,402. Hasil uji signifikansi diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,348 dan nilai  $t_{tabel}$  dengan  $df = 98$  dan  $\alpha = 5\%$  adalah sebesar 1,660. Maka  $t_{hitung} (4,348) > t_{tabel} (1,660)$  sehingga  $H_0$  ditolak. Hal tersebut menyatakan bahwa hubungan antara kedua variabel memiliki korelasi dengan derajat hubungan “sedang”, karena berada pada interval korelasi 0,40 – 0,599 seperti yang tercantum pada kriteria Guilford.

**TABEL 7.** HUBUNGAN INFORMASI RELEVAN ( $X_3$ ) DENGAN REPUTASI ( $Y_2$ )

Variabel	$r_s$	$t_{hitung}$	$T_{tabel}$	Keputusan	Derajat Keeratan
$X_3$ dan $Y_2$	0,460	5,127	1,660	Ho ditolak	Sedang

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2021.

Dapat dilihat pada Tabel 7, nilai *correlation pearson product moment* ( $R_s$ ) adalah 0,460. Hasil uji signifikansi diperoleh dari  $t_{hitung}$  sebesar 5,127 dan nilai  $t_{tabel}$  dengan  $df = 98$  dan  $\alpha = 5\%$  adalah sebesar 1,660. Maka  $t_{hitung} (5,127) > t_{tabel} (1,660)$  sehingga  $H_0$  ditolak. Hal tersebut menyatakan bahwa hubungan antara kedua variabel memiliki korelasi dengan derajat hubungan “sedang”, karena berada pada interval korelasi 0,40 – 0,599 sesuai yang tertera pada kriteria Guilford.

**TABEL 8.** HUBUNGAN INFORMASI AKURAT ( $X_1$ ) DENGAN NILAI ( $Y_3$ )

Variabel	$r_s$	$t_{hitung}$	$T_{tabel}$	Keputusan	Derajat Keeratan
$X_1$ dan $Y_3$	0,393	4,232	1,660	Ho ditolak	Rendah

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2021.

Dapat dilihat pada Tabel 8, nilai *correlation pearson product moment* ( $R_s$ ) adalah 0,393. Hasil uji signifikansi diperoleh dari  $t_{hitung}$  sebesar 4,232 dan nilai  $t_{tabel}$  dengan  $df = 98$  dan  $\alpha = 5\%$  adalah sebesar 1,660. Maka  $t_{hitung} (4,232) > t_{tabel} (1,660)$  sehingga  $H_0$  ditolak. Hal tersebut menyatakan bahwa hubungan antara kedua variabel memiliki korelasi dengan derajat hubungan “rendah”, karena berada pada interval korelasi 0,20 – 0,399 sesuai yang tertera pada kriteria Guilford.

**TABEL 9.** HUBUNGAN KETEPATAN WAKTU INFORMASI ( $X_2$ ) DENGAN NILAI ( $Y_3$ )

Variabel	$r_s$	$t_{hitung}$	$T_{tabel}$	Keputusan	Derajat Keeratan
$X_2$ dan $Y_3$	0,400	4,322	1,660	Ho ditolak	Sedang

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2021.

Dapat dilihat pada Tabel 9, nilai *correlation pearson product moment* ( $R_s$ ) adalah 0,400. Hasil uji signifikansi diperoleh dari  $t_{hitung}$  sebesar 4,322 dan nilai  $t_{tabel}$  dengan  $df = 98$  dan  $\alpha = 5\%$  adalah sebesar 1,660. Maka  $t_{hitung} (4,322) > t_{tabel} (1,660)$  sehingga  $H_0$  ditolak. Hal tersebut menyatakan bahwa hubungan antara kedua variabel memiliki korelasi dengan derajat hubungan “sedang”, karena berada pada interval korelasi 0,40 – 0,599 sesuai yang tertera pada kriteria Guilford.

**TABEL 10.** HUBUNGAN INFORMASI RELEVAN ( $X_3$ ) DENGAN NILAI ( $Y_3$ )

Variabel	$r_s$	$t_{hitung}$	$T_{tabel}$	Keputusan	Derajat Keeratan
$X_3$ dan $Y_3$	0,391	4,206	1,660	Ho ditolak	Rendah

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2021.

Dapat dilihat pada Tabel 10, nilai *correlation pearson product moment* ( $R_s$ ) adalah 0,391. Hasil uji signifikansi diperoleh dari  $t_{hitung}$  sebesar 4,206 dan nilai  $t_{tabel}$  dengan  $df = 98$  dan  $\alpha = 5\%$  adalah sebesar 1,660. Maka  $t_{hitung} (4,206) > t_{tabel} (1,660)$  sehingga  $H_0$  ditolak. Hal tersebut menyatakan bahwa hubungan antara kedua variabel memiliki korelasi dengan derajat hubungan “rendah”, karena berada pada interval korelasi 0,20 – 0,399 sesuai yang tertera pada kriteria Guilford.

## V. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Secara umum, penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan antara kualitas informasi dengan citra Kementerian Kesehatan RI dikalangan followers akun Instagram @kemenkes\_ri yang menonton tayangan IGTV “Apakah Vaksin Covid-19 Itu Aman?”. Hal ini dapat terlihat melalui analisis inferensial antara Kualitas Informasi (X) dengan Citra (Y) memiliki tingkat hubungan yang rendah yang berdasarkan korelasi koefisien sebesar 0,553.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, melalui hasil analisis inferensial bahwa Informasi Akurat ( $X_1$ ) dengan Kepribadian ( $Y_1$ ) memiliki hubungan yang sedang berdasarkan korelasi koefisien sebesar 0,498.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, melalui hasil analisis inferensial bahwa Ketepatan Waktu Informasi ( $X_2$ ) dengan Kepribadian ( $Y_1$ ) memiliki hubungan yang sedang berdasarkan korelasi koefisien sebesar 0,483.
4. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, melalui hasil analisis inferensial bahwa Informasi Relevan ( $X_3$ ) dengan Kepribadian ( $Y_1$ ) memiliki hubungan yang sedang berdasarkan korelasi koefisien sebesar 0,566.
5. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, melalui hasil analisis inferensial bahwa Informasi Akurat ( $X_1$ ) dengan Reputasi ( $Y_2$ ) memiliki hubungan yang sedang berdasarkan korelasi koefisien sebesar 0,425.
6. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, melalui hasil analisis inferensial bahwa Ketepatan Waktu Informasi ( $X_2$ ) dengan Reputasi ( $Y_2$ ) memiliki hubungan yang sedang berdasarkan korelasi koefisien sebesar 0,402.
7. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, melalui hasil analisis inferensial bahwa Informasi Relevan ( $X_3$ ) dengan Reputasi ( $Y_2$ ) memiliki hubungan yang sedang berdasarkan korelasi koefisien sebesar 0,460.
8. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, melalui hasil analisis inferensial bahwa Informasi Akurat ( $X_1$ ) dengan Nilai ( $Y_3$ ) memiliki hubungan yang rendah berdasarkan korelasi koefisien sebesar 0,393.
9. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, melalui hasil analisis inferensial bahwa Ketepatan Waktu Informasi ( $X_2$ ) dengan Nilai ( $Y_3$ ) memiliki hubungan yang sedang berdasarkan korelasi koefisien sebesar 0,400.
10. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, melalui hasil analisis inferensial bahwa Informasi Relevan ( $X_3$ ) dengan Nilai ( $Y_3$ ) memiliki hubungan yang rendah berdasarkan korelasi koefisien sebesar 0,391.

tidak kesulitan dalam mencari informasi.

## ACKNOWLEDGE

Peneliti mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada Allah SWT karena atas berkah dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua peneliti yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, dan nasihatnya serta Dr. Hj. Ani Yuningsih, Dra., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya atas segala bimbingan, arahan, motivasi serta saran yang diberikan kepada peneliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdullah, Ridwan Sani. 2013. Inovasi Pembelajaran. Jakarta: Bumi Aksara.
- [2] Herlina, Novi. 2017. “Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar\_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat” dalam *JOM FISIP*. Volume 4, Nomor 2, Tahun 2017 (hlm. 9).
- [3] Littlejohn, Stephen W & Karen A Foss. (2014). *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication, Edisi 9*. Terjemahan: Mohammad Yusuf. Jakarta: Salemba Humanika.
- [4] Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. 2020. “Media Sosial Kemenkes Raih 4 Penghargaan Pada *Government Social Media Summit (GSMS)* Tahun 2020”, <https://www.kemkes.go.id/article/view/20113000003/media-sosial-kemenkes-raih-4-penghargaan-pada-government-social-media-summit-gsms-tahun-2020.html>. Tanggal akses 05 Maret 2021, pk. 22.10 WIB.
- [5] Kotler, Philip, Keller, Kevin L. 2013. Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua., Jakarta: Erlangga.
- [6] Wikipedia. 2020. “Kementerian Kesehatan Republik Indonesia”, [https://id.wikipedia.org/wiki/Kementerian\\_Kesehatan\\_Republik\\_Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Kementerian_Kesehatan_Republik_Indonesia). Tanggal akses 28 Februari 2021, pk. 18.52 WIB.
- [7] Prihandini, Florensia, Pramono Hadi, A Sigit . (2021). *Pengaruh Marketing Public Relations terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Riset Public Relation, 1(1). 57-70