



Efektivitas Akun Instagram @hskakseto sebagai Media Penyebaran Informasi Homeschooling Kak Seto

The Effectiveness of the Instagram Account @hskakseto as a Medium for Disseminating Information on Homeschooling Kak Seto

Ahmad Aji^{1*}, Yusalina²

^{1,2} Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, IPB University

Corresponding author¹: @ahmaddajiii6@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas akun Instagram @hskakseto sebagai media penyebaran informasi mengenai Homeschooling Kak Seto. Latar belakang penelitian ini adalah meningkatnya penggunaan media sosial dalam menyebarkan informasi pendidikan non-formal. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei kuesioner kepada 100 responden aktif, dipilih secara purposive dari pengikut aktif akun Instagram @hskakseto. Instrumen penelitian berupa skala Likert 1-5 dan dianalisis menggunakan uji regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @hskakseto dinilai efektif sebagai media penyebaran informasi dengan rata-rata keseluruhan tertinggi pada dimensi kemudahan akses skor 4,47. Pada aspek kualitas visual konten, ilustrasi dan tipografi menjadi dimensi tertinggi dengan nilai rata-rata 4,44. Uji regresi menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara kualitas konten visual terhadap efektivitas Instagram sebagai media informasi (signifikansi 0,001), dengan koefisien determinasi sebesar 21,7%. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas visual berpengaruh, masih terdapat 78,3% pengaruh dari faktor lain. Penelitian ini merekomendasikan pengelolaan konten visual yang konsisten untuk meningkatkan jangkauan dan efektivitas informasi.

Kata Kunci: Efektivitas; Homeschooling; Instagram; Media Sosial; Konten Visual.

Abstract

This study aims to determine the effectiveness of the Instagram account @hskakseto as a medium for disseminating information about Homeschooling Kak Seto. The research is motivated by the increasing use of social media in spreading non-formal education content. A quantitative approach with a questionnaire survey method was used, involving 100 purposively selected active followers of the @hskakseto Instagram account. The instrument used a Likert scale 1-5 and data were analyzed using simple linear regression. The results show that the @hskakseto account is considered effective in disseminating information, with an overall average highest mean score was in accessibility 4.47. Regarding visual content quality, illustration and typography were the highest-rated dimensions with a mean of 4.44. Regression analysis revealed a significant and positive influence of visual content quality on effectiveness Instagram information (significance value 0.001), with a determination coefficient of 21.7%. This indicates that while visual content has an impact, 78.3% of the influence is attributed to other factors. The study recommends consistent visual content management to enhance information reach and effectiveness.e research.

Keywords: Effectiveness, Homeschooling, Instagram, social media, visual content

PENDAHULUAN

Pada era digital masa kini, akses informasi telah beralih dari media cetak ke media online. Masyarakat dapat memperoleh data dengan lebih mudah dan cepat, berkat kemajuan teknologi internet di dunia. Laporan terbaru dari We Are Social dan Meltwater pada tahun 2024 menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet global telah melampaui 5,5 miliar, dengan pengguna media sosial mencapai 5 miliar. Awalnya, media sosial digunakan untuk interaksi sosial, tetapi sdapatkan, dan saling bertukar informasi di berbagai bidang. Di Indonesia, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melaporkan bahwa jumlah pengguna internet mencapai 221,5 juta jiwa pada tahun 2024, dengan penetrasi internet sebesar 79,5%.

Diperkenalkan pada tahun 2010, Instagram telah berkembang pesat dan menjadi salah satu platform media sosial terbesar di dunia. Menurut laporan Kepios, jumlah pengguna Instagram di dunia mencapai 1,74 miliar per Februari 2025. Di Indonesia, jumlah pengguna Instagram mencapai 90,1 juta pada Januari 2025, menjadikannya negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak keempat di dunia (Julius, 2025). Platform ini memungkinkan pengguna untuk berbagi berbagai jenis konten, seperti foto, video, cerita pendek (story), dan siaran langsung (live streaming). Fitur-fitur ini menjadikan Instagram sebagai alat yang efektif untuk penyebaran informasi dan dapat menarik perhatian pengguna lebih besar dibandingkan platform berbasis teks lainnya.

Salah satu contoh pemanfaatan Instagram dalam penyebaran informasi pendidikan adalah akun Instagram @hskakseto, yang merupakan salah satu akun media sosial resmi dari Homeschooling Kak Seto. *Homeschooling*, menurut Permendikbud No. 129 Tahun 2014 adalah pendidikan yang diselenggarakan secara individual atau kelompok di luar satuan pendidikan formal, di mana proses belajar mengajar dilakukan di rumah atau tempat lain yang dipilih oleh orang tua. Pendekatan ini memungkinkan orang tua untuk merancang kurikulum yang lebih fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan serta potensi anak, tanpa terikat pada sistem pendidikan formal yang lebih kaku. Program *homeschooling*, yang lebih fleksibel dan personal, telah menarik perhatian banyak orang tua yang mencari metode pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan anak-anak mereka.

Jumlah peserta *homeschooling* di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahun, bahkan diperkirakan sekitar 2-4 persen pelajar di Indonesia memilih *Homeschooling* (Torro, 2020). peningkatan ini terjadi karena adanya kesadaran akan pendekatan pendidikan yang lebih adaptif dan sesuai dengan perkembangan anak. Akun Instagram @hskakseto berperan penting dalam menyebarkan informasi mengenai Homeschooling Kak Seto, mulai dari program jenjang pendidikan yang tersedia, dokumentasi kegiatan pembelajaran peserta didik serta informasi umum mengenai budaya homeschooling. Akun ini memiliki lebih dari 15,8k pengikut serta telah mengupload 919 postingan yang terdiri dari feeds dan reels (data per 20 februari 2025).

Efektivitas komunikasi di media sosial merujuk pada kemampuan suatu platform untuk menyampaikan informasi dengan cara yang dapat menarik perhatian audiens, membangkitkan minat, dan mendorong aksi yang diinginkan (Drastiana dan Kusuma, 2023). Menurut Teori Uses and Gratification, pengguna media secara aktif memilih dan menggunakan media tertentu untuk memenuhi berbagai kebutuhan. Dalam konteks ini, efektivitas Instagram sebagai media penyebaran informasi dapat dianalisis melalui sejauh mana audiens berinteraksi dengan konten yang disebarkan dan bagaimana mereka

membentuk pengetahuan kolektif berdasarkan informasi yang diperoleh audiens (Cantika dan Riyanto, 2022). Penelitian terdahulu mengenai efektivitas media sosial dalam penyebaran informasi juga mendukung temuan ini. Banyak penelitian yang membahas mengenai efektivitas penyampaian informasi. Di antaranya adalah penelitian yang berjudul Efektivitas Akun Instagram @pmb_uad dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Calon Mahasiswa Baru UAD (Putri & Deslia, 2024). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa akun Instagram @pmb_uad efektif dalam menyampaikan informasi kepada calon mahasiswa serta berhasil memenuhi ekspektasi para *followers*-nya dalam hal penyampaian informasi yang informatif dan memuaskan.

Namun, meskipun banyak penelitian yang mengukur efektivitas Instagram dalam menyebarkan informasi, sebagian besar fokus pada sektor pendidikan formal atau informasi terkait universitas. Hanya sedikit penelitian yang mengkaji bagaimana Instagram dapat digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai pendidikan di luar sekolah formal, seperti *homeschooling*. Kekurangan penelitian ini menjadi penting karena peran media sosial, terutama Instagram, semakin berkembang dalam penyebaran informasi bidang pendidikan. Akun Instagram @hskakseto, yang fokus pada penyebaran informasi tentang Homeschooling Kak Seto, menawarkan peluang besar untuk memanfaatkan Instagram sebagai platform penyebaran informasi dalam konteks Pendidikan non-formal relevan.

METODE

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei kuisisioner. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, serta analisis data yang bersifat statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Fauziyyah dan Rina, 2020). Penelitian ini menggunakan metode survei sebagai salah satu teknik dalam pendekatan kuantitatif yang digunakan untuk mengumpulkan data dari sekelompok responden yang terpilih dengan menggunakan instrumen kuisisioner.

Penelitian ini menggunakan populasi dari followers aktif Instagram @hskakseto yang berjumlah 15.800 (data per 27 februari 2025). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Pemilihan responden dilakukan secara *purposive*, dengan peneliti langsung memilih responden yang diketahui merupakan pengikut aktif akun Instagram @hskakseto, berdasarkan observasi secara *online* aktivitas interaksi seperti *like*, komentar, dan *direct message*. Berdasarkan hasil perhitungann *Margin Of Error* 10% dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel yang harus dikumpulkan oleh peneliti sebanyak 100 responden.

Penelitian ini menggunakan skala Likert 1-5 sebagai pengukuran instrument dan Uji Regresi Linier Sederhana sebagai analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini mengkategorikan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, profesi dari pengikut aktif akun Instagram @hskakseto Sebagian besar ialah pelajar/mahasiswa dari total keseluruhan responden yaitu sebanyak 41 responden.

Selanjutnya, orang tua/wali siswa menempati posisi kedua dengan jumlah 35 responden. kategori umum lainnya mencakup 12 responden dan pendidik/guru berjumlah 11 responden. Responden berdasarkan durasi mengikuti akun Instagram @hskakseto terbanyak pada rentang waktu 4-6 bulan yaitu sebanyak 54 responden menjawab, Sebanyak 24 responden menjawab telah mengikuti akun selama lebih dari 6 bulan, diikuti oleh 14 responden yang baru mengikuti selama 1-3 bulan, dan 8 responden yang mengikuti akun kurang dari 1 bulan. Karakteristik responden terakhir yaitu berdasarkan terakhir kali berinteraksi, waktu 2-3 bulan terakhir berinteraksi memiliki persentase paling besar sebanyak 38 responden, sedangkan 37 responden berinteraksi pada 1 bulan terakhir, dan 25 responden berinteraksi dalam 4 -5 bulan terakhir dengan akun Instagram @hskakseto.

B. Efektivitas akun Instagram @hskakseto sebagai Media penyebaran informasi Homeschooling Kak Seto

Bagian ini menyajikan hasil temuan penelitian yang bertujuan untuk menjawab fokus rumusan masalah pertama. Pengolahan data dilakukan untuk meninjau bagaimana hasil pandangan responden terhadap efektivitas akun Instagram @hskakseto sebagai media penyebaran informasi Homeschooling Kak Seto. Hasil pengumpulan seluruh jawaban responden pada kuesioner penelitian ini selanjutnya dianalisis ke dalam bentuk tabel tabulasi yang berisikan skala, frekuensi responden terhadap setiap item instrumen, total skor hasil dari perhitungan (frekuensi x skala nilai) dan mean yang diolah untuk memperoleh nilai rata-rata pada masing-masing indikator. Nilai mean ini digunakan untuk mengetahui kecenderungan keputusan responden terhadap setiap dimensi yang diteliti.

Berdasarkan keseluruhan dimensi pada pembahasan efektivitas akun Instagram @hskakseto sebagai media penyebaran informasi dapat diidentifikasi hasil perhitungan mean pada Tabel 1.

Tabel 1 Rata-rata (mean) Dimensi Efektifitas Akun Instagram @hskakseto

No	Dimensi	Mean
1	Atraktivitas	4,37
2	Kejelasan Media	4,46
3	Kelengkapan Informasi	4,43
4	Kemudahan Akses	4,47
TOTAL		4,43

Dimensi pada Tabel 1 menunjukkan kemudahan akses memiliki nilai mean tertinggi sebesar 4,47.. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai konten-konten yang disampaikan melalui akun Instagram @hskakseto sangat mudah diakses, baik secara teknis maupun dalam hal pemahaman informasi, Dimensi Kemudahan Akses mencakup aspek teknis dari penyampaian informasi, seperti kemudahan dalam memahami konten melalui

penggunaan fitur-fitur Instagram dari akun @hskakseto. kemudahan akses informasi melalui media sosial dapat meningkatkan partisipasi dan keterlibatan audiens dalam berbagai program yang diselenggarakan oleh organisasi (Patrajaya, 2024).

Tingginya nilai ini terutama bila dihubungkan dengan persepsi dari ketiga item pertanyaan dari dimensi kemudahan akses bahwa akun Instagram @hskakseto memiliki intensitas update informasi yang konsisten, pemanfaatan fitur *live streaming* untuk menyampaikan pesan secara real-time, serta keterlibatan akun dalam menyebarluaskan informasi eksternal seperti webinar atau acara lainnya dari Homeschooling Kak Seto. Ketiganya berkontribusi terhadap kesan bahwa informasi mudah dijangkau dan tersedia dalam berbagai cara dengan menggunakan fitur dari Instagram, tidak terbatas pada feed saja.

C. Kualitas Visual Konten Akun Instagram @hskakseto

Bagian ini menyajikan hasil temuan penelitian yang bertujuan untuk menjawab fokus rumusah masalah kedua. Pengolahan data dilakukan untuk meninjau bagaimana hasil pandangan responden terhadap kualitas visual konten dari akun Instagram @hskakseto

Tabel 2 Rata-rata (mean) Dimensi Kualitas Visual Akun Instagram @hskakseto

No	Dimensi	Mean
1	Ilustrasi	4,44
2	Tipografi	4,44
3	Warna	4,42
4	Tata Letak	4,36
TOTAL		4,41

Berdasarkan hasil rekapitulasi akhir dari seluruh item pertanyaan dalam masing-masing dimensi, diperoleh bahwa dimensi Ilustrasi dan Tipografi memiliki nilai mean tertinggi, dengan nilai yang sama yaitu 4,44. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dan merasa bahwa dimensi yang ideal dari aspek kualitas visual konten akun Instagram @hskakseto terdapat pada dimensi ilustrasi dan tipografi. Dimensi ilustrasi mengacu pada kualitas visual gambar atau grafis yang ditampilkan dalam postingan Instagram @hskakseto, khususnya pada elemen ilustrasi yang muncul di feeds maupun *thumbnail* reels, seperti karakter visual yang disesuaikan dengan jenjang pendidikan, ikon edukatif, serta gambar pendukung yang memperkuat pesan utama yang ingin disampaikan.

Pada hasil perhitungan itu juga, dimensi tipografi menjadi aspek penting dalam indikator kualitas visual konten, dapat diidentifikasi bahwa akun Instagram @hskakseto dalam penggunaan jenis *font* sesuai dengan tema dari setiap postingan akun Instagram @hskakseto, warna tulisan yang disesuaikan dengan identitas Homeschooling Kak Seto dan

selalu menyesuaikan tampilan tulisan dengan jelas agar mudah dibaca. Dalam konteks desain sosial media, pemilihan tipografi yang tepat dapat menjadi faktor penentu dalam efektivitas penyampaian informasi (Fais et al., 2022).

D. Pengaruh antara Kualitas Visual Konten dengan Efektivitas Akun Instagram @hskakseto

Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 3 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana terhadap variabel X

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	33.091	3.871		8.549	<.001
X	.381	.073	.466	5.209	<.001

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil uji yang tertera pada Tabel 3 diperoleh nilai signifikansi dijelaskan sebesar $0,001 < 0,05$. Maka dapat dinilai variabel bebas (kualitas visual konten) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat efektivitas akun Instagram.

Uji Determinasi (R²)

Tabel Hasil Uji R

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.466 ^a	.217	.209	1.853

Berdasarkan tabel Uji Korelasi di atas menjelaskan besarnya nilai korelasi/uji R yaitu sebesar 0.466. Berdasarkan tabel tersebut dianalisis koefisien determinan R square yaitu 0.217, yang memiliki pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (kualitas visual konten) terhadap variabel terikat (efektivitas akun Instagram) adalah sebesar 21,7%.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan dalam pembahasan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas visual

konten (X) terhadap efektivitas akun Instagram sebagai media penyebaran informasi (Y). Hal ini dibuktikan melalui uji korelasi dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, menunjukkan hubungan positif antara kualitas visual konten dan efektivitas akun Instagram @hskakseto dalam menyampaikan informasi terkait Homeschooling Kak Seto. Uji regresi linear sederhana pun menghasilkan signifikansi yang sama (0,001), memperkuat bukti bahwa kualitas visual konten memiliki pengaruh terhadap efektivitas penyampaian informasi. Besaran pengaruh antara kedua variabel tersebut sebesar 0,466, yang termasuk dalam kategori pengaruh sedang atau cukup kuat.

Adapun hasil uji korelasi menunjukkan bahwa efektivitas akun Instagram @hskakseto dipengaruhi oleh kualitas visual konten dengan persentase perhitungan yaitu 21,7%, sementara 78,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti, yang dapat dijadikan fokus dalam penelitian berikutnya. Berdasarkan hal tersebut, saran yang diajukan adalah perlunya pengelolaan akun Instagram yang berkelanjutan oleh institusi pendidikan *non-formal* seperti Homeschooling Kak Seto, terutama dalam mempertahankan kualitas konten visual pada aspek tipografi dan ilustrasi serta meningkatkan interaksi dengan pengikut agar citra sebagai akun resmi Homeschooling Kak Seto dapat lebih dikenal luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). Survei Internet APJII 2024. APJII. <https://survei.apjii.or.id/home>
- Julius N. 2025. Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2025. Upgraded. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2025/01> [Diakses 20 Februari2025].
- Putri KA, Deslia IF. 2024. Efektivitas Akun Instagram @pmb_uad dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Calon Mahasiswa Baru UAD. Syntax Idea, Vol. 6, No. 09, hlm. 3945–3952. E-ISSN: 2684-883X.
- Fauziyyah SN, Rina N. 2020. Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi. 2020:13–24.
- Patrajaya, R. (2024). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Efektivitas dan Aksesibilitas Penyebaran Informasi di KUA Kecamatan Jekan Raya. NYIUR-Dimas: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(2), 86–95.
- Fais VE, Avisena DF, Majid MA. 2024. Pengaruh Tipografi pada Persepsi Pesan dalam Iklan Digital untuk Generasi Z. Prosiding Seminar Nasional Seni Desain Komunikasi Visual, Vol. 1, No. 2, hlm. 20–24. Institut Seni Indonesia Denpasar.
- Torro S. (2020). Homeschooling pilihan pendidikan masa kini. INRII Homeschooling. <https://inrii-homeschooling.com/homeschooling-pilihan-pendidikan-masa-kini> [Diakses 4 Maret 2025]
- Yusniawati Dratistiana, L., & Kusuma, R. M. (2023). Efektivitas penggunaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan promosi pada jasa layanan PPSDM Migas. Swara Patra: Majalah Ilmiah PPSDM Migas, 13(2), 65–72. <https://doi.org/10.37525/sp/2023-2/558>
- Cantika N, Riyanto S. 2022. Efektivitas Instagram sebagai Media Informasi dalam Promosi Wisata Panorama Pabangbon Leuwiliang Bogor, Jawa Barat. Jurnal Sains dan Komunikasi Pengembangan Masyarakat. Vol. 06 (02). <https://doi.org/10.29244/jskpm.v6i2.722>
- Sugiyono S. 2019. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Ed ke-19. Bandung: Alfabeta.