

Dampak Akun Instagram Folkative Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Unisnu Jepara

The Impact of the Folkative Instagram Account in Fulfilling the Information Needs of Unisnu Jepara Islamic Communication and Broadcasting Students

Vera Mufti Hasanah¹, Khoirul Muslimin², Abdul Wahab³
Universitas Islam Nahdlatul Ulama, Jepara, Indonesia ^{1,2,3}
Email : Veramufti2@gmail.com¹, muslimin@unisnu.ac.id²

Abstrak

Instagram saat ini merupakan media yang paling sering digunakan oleh mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UNISNU Jepara untuk mencari informasi. Hal tersebut juga didukung dengan adanya survei penggunaan internet dan penggunaan media sosial yang terus meningkat di Indonesia. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan akun Instagram @Folkative terhadap pemenuhan kebutuhan mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UNISNU Jepara. Penelitian ini menggunakan teori Ketergantungan Media dan teori kebutuhan informasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menguji data yang diperoleh melalui kuesioner dan diolah sesuai dengan uji yang diperlukan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara. Jumlah populasi dalam penelitian adalah 79 mahasiswa. Seluruh populasi diambil sebagai sampel penelitian melalui teknik sampel total. Hasilnya menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara penggunaan akun Instagram dan pemenuhan kebutuhan informasi. Diperoleh nilai t hitung yang lebih besar daripada t tabel ($8,519 > 1,991$), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel X—penggunaan akun Instagram—berpengaruh sebesar 48,5% terhadap variabel Y—pemenuhan kebutuhan informasi. Faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini memengaruhi sisa.

Kata kunci: instagram, kebutuhan informasi

Abstract

Instagram is currently the most frequently used media by students of Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Da'wah and Communication UNISNU Jepara to find information. This is also supported by a survey on internet use and social media use which continues to increase in Indonesia. This research was conducted to determine the effect of using the @Folkative Instagram account on meeting the needs of students of the Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Da'wah and Communication, UNISNU Jepara. The theory used in this study is the theory of Media Dependency and information needs. The method used in this study is a quantitative method by testing the data obtained through a questionnaire and processed according to the required test. The population in this study were students of Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Dakwah and Communication, Nahdlatul Ulama Islamic University, Jepara. The total population in the study was 79 students. Sampling using Total Sampling technique, where the entire population is used as a research sample. The results of the study show that there is a significant influence between the variables using Instagram accounts on fulfilling information needs. Obtained the value of t count $>$ t table ($8.519 > 1.991$), then H_0 is rejected and H_1 is accepted. Based on the results of the coefficient of determination, it shows that variable X (using an Instagram account) has an influence on variable Y (fulfillment of information needs) of 48.5%, while the rest is influenced by other factors not found in the research.

Keywords: *Instagram, information needs*

PENDAHULUAN

Menurut laporan We Are Social, jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah tersebut telah meningkat sebesar 12,35% dibandingkan tahun sebelumnya, yang tercatat sebanyak 170 juta orang. Tren menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Namun, pertumbuhannya menunjukkan fluktuasi dari tahun 2014 hingga 2022. Peningkatan jumlah pengguna media sosial mencapai puncaknya sebesar 34,2% pada tahun 2017. Namun, peningkatan tersebut melambat menjadi 6,3% pada tahun lalu. Angka tersebut baru mengalami kenaikan lagi pada tahun ini (Mahdi, 2022).

Sementara itu, Whatsapp menjadi media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia. Persentasenya tercatat mencapai 35,2%. Setelahnya ada Instagram dan Facebook dengan persentase masing-masing sebesar 22,9% dan 13,1%. Sementara, proporsi pengguna TikTok dan Telegram berturut-turut sebesar 9,1% dan 2,7% (Simon Kemp, 2022)

Dari platforms di atas menunjukkan bahwa prosentase terbanyak kedua adalah media sosial instgram. Media sosial Instagram sendiri diluncurkan pada 6 oktober 2010 dari sebuah perusahaan bernama Burbn, Inc, yang didirikan oleh

Kevin Systrom serta Mike Krieger. 38% pengguna Instagram Indonesia berada di kelompok usia 18-24 tahun, 29,8% di kelompok usia 25-34 tahun, dan 12,5% di kelompok usia 13-17 tahun. Dari prosentase tersebut prosentase terbanyak menunjukkan usia-usia mahasiswa. Untuk itu minat mahasiswa menggunakan media sosial instragam telah menyebar secara menyeluruh.

Ada beberapa teori yang berkaitan dengan penggunaan media sosial yakni, teori dependensi media dan kebutuhan informasi. Menurut teori dependensi media, ada hubungan penting antara penonton, media, dan sistem sosial yang lebih luas. Teori ini mengatakan bahwa Anda akan bergantung pada informasi media untuk memenuhi persyaratan dan mencapai tujuan tertentu; contohnya, teori Penggunaan dan Gratifikasi. Namun, seperti yang dinyatakan oleh Mukarom (2020), Anda tidak dapat bergantung pada semua media yang sama.

Dependency Theory (teori ketergantungan) berasumsi bahwa semakin seseorang menggantungkan kebutuhannya untuk dipenuhi oleh penggunaan media, semakin penting peran media dalam hidup orang tersebut, sehingga media akan semakin memiliki pengaruh kepada orang tersebut. Media juga akan mempunyai pengaruh lebih banyak dan kekuasaan terhadap masing-masing individu tersebut. Teori ini memprediksi bahwa khalayak tergantung kepada informasi yang berasal dari media massa dalam rangka memenuhi kebutuhan khalayak bersangkutan serta mencapai tujuan tertentu dari proses konsumsi media massa.

Menurut Katz et al. (2018), khalayak memiliki 5 (lima) kebutuhan: kebutuhan kognitif; kebutuhan afektif; kebutuhan integratif individu; kebutuhan integratif sosial; dan kebutuhan kelepasan. Kebutuhan untuk meningkatkan pengetahuan, informasi, dan pemahaman tentang dunia sekitar disebut sebagai kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan estetika, keindahan, dan pengalaman emosi, kebutuhan integratif individu adalah kebutuhan yang berkaitan dengan pengukuhan kredibilitas, keyakinan, stabilitas, dan status individu, kebutuhan integratif sosial adalah kebutuhan untuk memperkuat hubungan dengan keluarga, teman dan lingkungan, dan kebutuhan pelepasan juga dikenal sebagai (*Escapism*) adalah kebutuhan untuk menghilangkan tekanan dan keinginan untuk mengelak dari masalah atau meluapkan sesuatu yang tidak menyenangkan.

Penelitian ini fokus pada akun instragam Folkative dari akun yang lainnya adalah hanya akun tersebutlah menyajikan informasi yang singkat, padat, dan jelas untuk dimengerti. Serta terdapat kesan yang menarik di setiap postingan informatif yang di update. Peneliti juga sering mengamati minat mahasiswa dalam mendiskusikan hal-hal yang diposting di akun ini. Penelitian ini juga

memiliki signifikansi dalam memberikan kontribusi teoretis bagi kemajuan Ilmu Komunikasi.

Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami strategi efektif dalam memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi untuk kepentingan tertentu, khususnya dalam hal memenuhi kebutuhan informasi pengguna media sosial, terutama Instagram. Hal ini selaras dengan apa yang dipelajari dalam Program studi komunikasi dan penyiaran Islam di UNISNU Jepara yang juga memiliki fokus pada pemahaman dan keterampilan akan pemanfaatan teknologi komunikasi, termasuk media sosial dan platform digital.

METODE

Pada penelitian ini menggunakan penelitian penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk mengetahui tentang adanya hubungan dua variabel tau lebih. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang mengamati tentang data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan (Sugiyono, 2019).

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UNISNU Jepara yang aktif mulai dari tahun 2019 hingga tahun 2022 yang jumlah populasinya adalah 79 orang.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik Total Sampling, karena seluruh populasi digunakan sebagai sampel penelitian. Jadi sampel penelitian ini berjumlah 79 orang. Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan angket melalui google form yang disebarakan melalui whatsapp kepada seluruh responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan akun instagram Folkative terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa prodi komunikasi dan penyiaran islam universitas islam nahdlatul ulama' jepara. Dalam penelitian ini, responden yang digunakan yaitu mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Nahdlatul Ulama' Jepara mulai dari angkatan 2019-2022 yang berjumlah 79. Kuesioner dibagikan kepada responden melalui link googleform yang disebarakan melalui aplikasi WhatsApp. Penelitian ini juga melakukan penghitungan dengan bantuan program IBM SPSS Statistik versi 26 untuk menguji normalitas, uji linearitas, uji hipotesis, uji korelasi product moment dan uji determinasi.

Adapun teori yang digunakan peneliti yaitu Teori Dependensi Media, teori ini berasumsi bahwa semakin seseorang menggantungkan kebutuhannya untuk dipenuhi oleh media, maka akan semakin sering seseorang tersebut menggunakan media tersebut. Teori ini juga menjelaskan bahwa khalayak tergantung pada informasi yang berasal dari media massa. Sedangkan teori kebutuhan informasi menjelaskan bahwa ada beberapa kebutuhan-kebutuhan khalayak yang harus dipenuhi diantaranya yaitu, kebutuhan kognitif, afektif, inetgratif, integratif sosial, dan pelepasan.

Saat ini, sangat penting untuk memilih media yang tepat. Pengguna media berpartisipasi secara aktif dalam memilih dan menggunakan media. Pengguna media biasanya memilih platform tertentu berdasarkan kebutuhan sosial dan psikologis mereka. Instagram, sebagai platform media terkemuka, memiliki banyak keuntungan untuk setiap penggunanya. Ini memaksa media untuk memenuhi persyaratan tertentu, yang berdampak pada pemenuhan kebutuhan dan dampak lainnya. Setiap responden memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, termasuk orientasi kognitif, seperti yang dimiliki akun Instagram Folkative. Kebutuhan tersebut harus dipenuhi, sehingga media Instagram harus menyampaikan berbagai informasi yang diperlukan. Akun Instagram Folkative menawarkan berbagai hiburan, informasi, atau berita kepada penggunanya.

Dari kedua teori tersebut, peneliti menggunakan indikator dari tiap variabel, yaitu variabel independen (X) berjumlah 4 indikator dan pada variabel dependen (Y) berjumlah 5 indikator. Indikator-indikator tersebut kemudian dibuat pernyataan oleh peneliti dalam sebuah kuesioner yang terdiri dari 12 pernyataan berasal dari variabel X (penggunaan akun instagram) dan 15 pernyataan dari variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi). Setiap pernyataan memiliki nilai mulai dari 1 hingga 5.

Hasil dari data dalam penelitian ini yaitu, uji validitas dinyatakan valid karena r hitung $>$ r tabel dan dalam hal ini seluruh nilai Corrected Item- Total Correlation melebihi r tabel maka hasilnya valid. Sedangkan pada hasil uji reliabilitas, instrument penelitian dinyatakan reliabel sehingga dapat digunakan untuk penelitian dan tahap uji berikutnya karena dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai reliabilitas melebihi angka 0,6.

Dalam uji normalitas peneliti menggunakan teknik Kolmogorov Smirnov, dalam uji tersebut peneliti mendapatkan hasil di angka 0,200. Berdasarkan pengambilan keputusan bahwa jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka dinyatakan normal. Jadi dapat disimpulkan dalam penelitian ini nilai residual berdistribusi normal.

Uji korelasi dalam penelitian ini adalah berkorelasi karena hasil dari uji tersebut yaitu 0,000, nilai tersebut kurang dari 0,05. Sedangkan nilai Pearson Correlation X dan Y berjumlah 0,736, maka dapat disimpulkan bahwa korelasi variabel independen dan variabel dependen ada dan signifikan serta bernilai positif sehingga hubungannya kuat.

Setelah melakukan uji korelasi, peneliti menguji hipotesis. Analisis data menunjukkan bahwa H_a , yang menunjukkan bahwa penggunaan akun Instagram Folkative berdampak pada kebutuhan informasi mahasiswa program studi komunikasi dan penyiaran Islam Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, diterima. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000, yang berarti $<0,05$.

Kemudian peneliti juga melakukan uji determinasi, dengan nilai R Square sebesar 0,542 maka bisa disimpulkan bahwa besaran pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 0,542 atau 54,2 % dan sisanya sebesar 45,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Data penelitian tersebut, peneliti dapatkan saat menyebarkan kuesioner, sehingga dalam mengolah data, data merupakan data asli yang diambil dari kuesioner tersebut, dan menghasilkan olahan data yang telah di deskripsikan peneliti.

Penelitian ini menggunakan 2 teori dalam menentukan indikator untuk kuesioner penelitian, pada variabel X peneliti menggunakan teori dependensi media, teori yang dikembangkan oleh Sandra Ball Rokeach dan Melvin L. DeFleur, berdasarkan asumsi teori tersebut peneliti menggunakan 4 indikator untuk membuat kuesioner yaitu, alasan individu menggunakan media, pengaruh media terhadap individu, media membantu individu untuk memecahkan masalah, dan media sebagai pelarian individu. Kemudian peneliti membuat 3 pernyataan untuk 1 indikator.

Teori kebutuhan informasi yang digunakan peneliti untuk variabel Y membagi kebutuhan informasi menjadi berbagai jenis. Mereka memiliki tiga kebutuhan utama untuk mendapatkan informasi. Yang pertama adalah kebutuhan fisiologis, yang berarti bahwa seseorang merasa sangat penting untuk mendapatkan informasi; yang kedua adalah kebutuhan afektif, yang berarti bahwa seseorang ingin menikmati proses mencari informasi; dan yang terakhir adalah kebutuhan kognitif, yang berarti bahwa seseorang mencari informasi untuk memperoleh pengetahuan dan pembelajaran. Menurut Katz kebutuhan-kebutuhan khalayak ada 5 yaitu, kebutuhan kognitif, afektif, integratif individu, integratif sosial, dan pelepasan. Dari beberapa indikator tersebut peneliti

mendapatkan 5 indikator sebagai bahan kuesioner. dari total indikator yang ada peneliti membuat 15 pernyataan untuk pengumpulan data.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa terdapat alasan responden untuk menggunakan akun Instagram Folkative, salah satunya adalah hasil akun tersebut menyediakan rincian yang mereka butuhkan. Selain itu, informasi yang disajikan sesuai dengan fakta yang ada. Hal ini diperkuat dengan penelitian Akbar (2021) yang menyatakan bahwa terdapat motif-motif tertentu yang mendorong seseorang menggunakan media, salah satunya adalah untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Dan hal ini juga diperkuat lagi oleh Wulandari, Salma (2022) yang menyatakan bahwa dengan menggunakan akun instagram pengguna dapat memenuhi kebutuhan informasinya. Motivasi selanjutnya adalah mayoritas responden merasa terbantu dengan adanya akun instagram Folkative karena dapat menambah pengetahuan mereka sehingga dapat membantu responden menjadi orang yang lebih informatif. Hasil penelitian ini terkait dengan penggunaan akun instagram diperkuat oleh penelitian Triaputri, Muljono (2022) yang menyatakan bahwa dengan menggunakan akun instagram dan mengakses postingannya, pengguna mampu menambah pengetahuan.

Pemenuhan kebutuhan informasi dalam penelitian ini mencakup kebutuhan kognitif, afektif, integratif personal, integratif sosial, dan pelepasan. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan bahwa kebutuhan kognitifnya terpenuhi karena memperoleh berbagai informasi yang terkini baik dari dalam negeri ataupun luar negeri. Hasil penelitian ini terkait dengan kebutuhan informasi yang berupa kognitif diperkuat oleh penelitian Putri, Prijana, Rohman (2022) yang menyatakan bahwa kebutuhan informasi itu merupakan salah satu aspek dari kebutuhan kognitif. Hal ini juga dikuatkan lagi oleh penelitian Rahmarania, Azalia, Aji, Fathahhir, Benif (2022) yang menyatakan bahwa memperoleh informasi, pengetahuan dan pemahaman merupakan bentuk dari kebutuhan kognitif.

Tidak hanya itu akun instagram Folkative juga memberikan kebutuhan yang berkaitan dengan pengalaman estetis, kesenangan, dan emosional. Ini tentunya sejalan dengan kebutuhan afektif, di mana mayoritas responden menyatakan bahwa konten akun Folkative dapat memberikan hiburan. Hasil penelitian ini terkait dengan kebutuhan informasi yang berupa afektif diperkuat oleh penelitian Rahmarania, Azalia, Aji, Fathahhir, Benif (2022) yang menyatakan bahwa kebutuhan afektif seseorang bisa didapatkan melalui instagram dengan cara mencari konten-konten yang sesuai dengan kebutuhan batinnya. Individu akan merasa puas, senang, terhibur, dan nyaman setelah kebutuhan batinnya

sedikit banyak terpenuhi, karena memang sesuai dengan apa yang ia inginkan dan butuhkan.

Pemenuhan kebutuhan integratif personal dalam penelitian ini yaitu kebutuhan individu untuk mencapai self esteem. Mayoritas responden menyatakan bahwa akun instagram Folkative dapat membantu mereka untuk membentuk kepribadian mereka masing-masing. Hal ini terkait dengan kebutuhan informasi yang berupa integratif personal diperkuat oleh penelitian Shidiqie, Akbar, Faristiana (2023) yang menyatakan bahwa instagram memiliki efek baik dan buruk. Penggunaan Instagram membantu perubahan sosial. Dengan menggunakan instagram maka pengguna dapat membentuk kepribadian dan identitas diri mereka masing-masing. Instagram memberi kita kesempatan untuk melihat dan menghargai keberagaman. Ini dapat membantu orang menjadi lebih terbuka, toleran, dan menghormati perbedaan.

Kemudian, terkait dengan kebutuhan integratif sosial, sebagian besar responden menjelaskan jika keperluan mereka untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman setelah menggunakan akun Instagram Folkative. Selain itu, kebutuhan untuk meningkatkan hubungan sosial juga dapat dipenuhi setelah terdaftar di akun Instagram Folkative. Hasil penelitian ini terkait dengan kebutuhan informasi yang berupa integratif sosial diperkuat oleh penelitian Ichwan, Irawan (2022) yang menyatakan bahwa dengan akun instagram seseorang bisa berbagi cerita dengan orang-orang terdekatnya, mendapatkan teman baru, dan berbagi pengalaman.

Dan yang terakhir yakni kebutuhan akan pelepasan, pada kebutuhan ini responden merasa belum cukup terpenuhi kebutuhannya karena responden merasa konten yang dibagikan belum cukup memenuhi untuk menghilangkan stress dan beban pikiran. Hal ini terkait dengan kebutuhan informasi yang berupa pelepasan diperkuat oleh penelitian Melven, Hartanto, Harianto, Panjaitan (2022) yang menyatakan bahwa dengan menggunakan instagram pengguna dapat menemukan hiburan yang dapat melepaskan kepenatan maupun kebosanan.

Jadi pada penelitian ini terdiri dari variabel X yaitu penggunaan akun instagram dan variabel Y yaitu pemenuhan kebutuhan informasi sangat baik, karena penelitian ini mendapatkan data yang sesuai dan valid dan hubungan variabel X dan Y bersifat sedang, yang dapat diartikan bahwa penggunaan akun instagram bisa memenuhi kebutuhan informasi bagi penggunanya.

KESIMPULAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan akun Instagram @Folkative memiliki pengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UNISNU Jepara. Ini dibuktikan dengan uji hipotesis menggunakan uji t melalui SPSS, di mana nilai t hitung sebesar 8,519 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,991, dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Selain itu, hasil uji determinasi menunjukkan nilai 0,485, yang berada dalam interval 0,40-0,599 (sedang), menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan akun Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi memiliki tingkat hubungan yang sedang.

REFERENSI

- Akbar, Mohammad Rezandy. (2021). Hubungan Media Massa Online Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa. *Journal Riset Jurnalistik*. 1, 35-44.
- Christinaa, Selly., Sitinah., Kurniawati, L.S.M.J., Sandi, F., Marta, R.F., (2021) Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan PT Antavaya Melalui Program Acara Celebrity on Vacation Trans TV. *Journal of Southeast Asian Communication*, 2, 25-38.
- Danny, S.T., (2019). *Ragam dan Prosedur Penelitian Tindakan*. Salatiga : Satya Wacana University Press.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Jakarta : Guepedia.
- Hadi, I.P. dkk. (2021). *Komunikasi Mass*. Pasuruan : Penerbit Qiara Media.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta : Pustaka Ilmu.
- Humaizi. (2018). *Uses And Gratifications Theory*. Medan : USU Press.
<https://instagram.com/folkative?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
- Ichwan, A. F., & Irawan, S. (2022). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa pada Saat Pandemi COVID-19. *KASTARA KARYA: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 2(1),
- Ivan, M.M. Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022.
<https://dataindonesia.id/> diakses pada 7 Oktober 2022 Pukul 20.32
- Kemp, Simon. Digital 2022 : Indonesia. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia> diakses pada 8 Oktober 2022 diakses pada tanggal 7 Oktober 2022 pukul 14.29
- Khansa, S.D., Putri, K.Y.S., (2021). Pengaruh Akun Media Sosial Intagram @Whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca. *Jurnal InterAct*, 10. 24-34.

- Melven, A., Hartanto, E., Harianto, F., & Panjaitan, B. S. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Kualitas Informasi Aplikasi Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Skincare pada Followers @TASYAFARASYA. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 81-90.
- Mukarom, Z. (2020). *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung : Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Mulyasih, R. (2013). Dependency Media pada Masyarakat Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 2, 1-5.
- Nugroho, E. (2018). *Prinsip-prinsip Menyusun Kuesioener*. Malang : UB Press.
- Pratiwi, M.R., Indrayani, H., Amalia, S., (2020). Optimasi Pola Pengasuhan Digital dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 3, 76-94.
- Puspita, N.A., Samatan, N., (2022). Efektivitas Media Sosial Akun Instagram @Detikcom Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Jurnal PIKMA : Publikasi Media dan Cinema*. 4, 112-117.
- Putri, N. A., Prijana, A., & Saeful Rohman, A. (2023). Hubungan Kualitas Informasi Akun Instagram @seputar.aespa dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Perpustakaan dan Sains Informasi*, 172-119-140.
- Putri, N.N., & Zulfebriges. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Infobandungraya terhadap Pemenuhan Kebutuhan Infomasi Follower. *Jurnal Communication Management*. 2, 533-537.
- Rachmat, K. (2009). *Teknik praktis riset komunikasi*, Jakarta: Kencana.
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Jurnal Global Komunika*. 1, 18-29.
- Rossza, D.A. (2020) .Pengaruh Media Sosial Instagram @Halodoc Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Followers. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7, 1-11.
- Samatan & Nuryati. (2018). *Riset Komunikasi II*. Jakarta : penerbit gunadarma.
- Shidiqie, N. A., Akbar, N. F., & Faristiana, A. R. (2023). Perubahan Sosial dan Pengaruh Media Sosial Tentang Peran Instagram dalam Membentuk Identitas Diri Remaja. *SIMPATI: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Bahasa*, 1(3), 98-112
- Singarimbun, M. & Effendi, S., (2001). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sitompul, P., Mahmudah, D., Damanik, M.P. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ketenagakerjaan Di Kalangan Angkatan Kerja Muda Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*. Vol 25, 203-222.
- Siyonto, S. & Sodik., A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Literasi Media Publishing.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sutrisno, A.P., & Mayangsari, I.D., (2021) Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers, *Jurnal Common*. 5, 118-133.
- Triaputri, A., & Muljono, P. (2022). Efektivitas Akun Instagram @Infosumbar sebagai Media Penyebaran Informasi Sejarah dan Budaya Minangkabau. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, 6(4), 467-479.
- Usman, H. & Akbar, P.S. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- W, G. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia.
- We are Social. Digital 2022 Global Overview Report.** <https://wearesocial.com/uk/> diakses pada 7 Oktober 2022 pukul 22.00.
- Wulandari, A., & Salma, A. N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora (KAGANGA)*, 5(2), 242-254