

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Pemerintah terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*
(Studi Kuantitatif Mengenai Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @bpsdmjabar Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* Periode Juni 2025)

Bayu Putra Pamungkas, Faisal Reza, Shinta Hartini Putri

Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email: bayu.pp21@student.unibi.ac.id; faisalreza@unibi.ac.id; shintahartiniputri11@gmail.com.

Abstrak

Pada saat ini Instagram adalah salah satu *platform* media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat sebagai alat untuk berinteraksi. Fenomena penggunaan media sosial Instagram juga tidak luput diikuti oleh instansi pemerintah. Dalam hal ini BPSDM JABAR menggunakan media sosial Instagram sebagai media untuk menyebarkan informasi kepada khalayaknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial Instagram @bpsdmjabar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* periode Juni 2025. Implementasi dari teori *uses and gratification* dalam penelitian ini dapat dilihat dari individu *followers* yang secara sengaja mencari informasi dan menjadi *followers* aktif dari akun Instagram @bpsdmjabar untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif. Populasi dari penelitian ini adalah *followers* akun Instagram @bpsdmjabar periode Juni 2025, jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden dengan teknik pengambilan sampel *simple random sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari penggunaan media sosial instaram @bpsdmjabar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* periode juni 2025.

Kata Kunci: Instagram, Penggunaan Media Sosial, Kebutuhan Informasi.

Abstract

Currently, Instagram is one of the most widely used social media platforms by the public as a means of interaction. The phenomenon of Instagram social media usage has also been followed by government agencies. In this case, BPSDM JABAR uses Instagram social media as a medium to disseminate information to its audience. This study aims to determine the effect of using Instagram @bpsdmjabar on meeting the information needs of followers in June 2025. The implementation of the uses and gratification theory in this study can be seen from individual followers who deliberately seek information and become active followers of the Instagram account @bpsdmjabar to meet their information needs. The research method used in this study is a quantitative research method with an explanatory approach. The population of this study is the followers of the Instagram account @bpsdmjabar in June 2025, and the sample size in this study is 100 respondents using simple random sampling. The results of this study indicate that there is an effect of the use of Instagram @bpsdmjabar on meeting the information needs of followers in June 2025.

Keywords: *Fulfilment of Information, Instagram, Social Media Use.*

1 PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sangat berpengaruh pada pola komunikasi dan gaya hidup yang dilakukan oleh manusia. Para ahli menyebutkan bahwa zaman ini adalah zaman informasi. Pada zaman ini orang yang bisa menguasai informasi dan media komunikasi maka orang tersebut bisa disebut sebagai penguasa. Karena pada dasarnya siapa yang bisa menguasai informasi atau media komunikasi, maka orang tersebut bisa mengendalikan dunia. Oleh karena itu, banyak para ahli menyebutkan bahwa zaman ini adalah zaman informasi.

Disamping banyak kegunaan dan manfaatnya, teknologi informasi dan komunikasi ini juga memiliki banyak dampak negatifnya. Seperti sesuatu yang tidak pantas dilihat kalangan anak-anak misalnya tanpa terduga akibatnya banyak terjadi kasus-kasus amoral dan tindakan negatif lainnya akibat dampak mengakses internet (Nurudin, 2007) dalam (Achmad & Setiyanti, 2015). Kemajuan teknologi komunikasi tersebut bukan hanya menimpa pada anak-anak tapi menimpa lapisan masyarakat lainnya seperti para remaja, dewasa dan juga orang tua, sehingga berdampak pada perubahan yang luar biasa bagi budaya umat manusia.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan komunikasi, maka akan semakin mudah pula seseorang untuk mengakses suatu informasi melalui internet. Hanya saja, kita perlu melakukan perhatian khusus tentang bagaimana cara para pengguna internet ini dapat menyaring dengan baik dalam informasi yang ia dapat. Karena dengan semakin mudahnya kita mendapatkan suatu informasi maka akan semakin mudah juga kita mendapatkan informasi yang tidak jelas akan kebenaran faktanya. Oleh sebab itu, perlu kesadaran lebih atau lebih *aware* untuk para pengguna internet terhadap media-media yang mereka gunakan atau dapat juga disimpulkan sebagai literasi media.

Untuk dapat memahami mengenai Literasi Media terdapat pengertian dari Potter yang menyebutkan bahwa literasi media ialah suatu rangkaian perspektif yang kita akses secara aktif untuk menerpa diri kita dengan media untuk menginterpretasikan makna dari pesan-pesan (media) yang kita jumpai. Perspektif kita terbangun dari struktur pengetahuan. dalam membangun struktur pengetahuan, kita membutuhkan komponen dan materi-materi mentah. Komponen tersebut ialah keterampilan kita. Sedangkan materi mentah tersebut ialah informasi yang kita konsumsi dari media dan dari dunia nyata (Nofha & Fauziyyah, 2020).

Dengan lebih meleknya terhadap informasi-informasi yang kita konsumsi, maka kita akan dapat mempermudah kehidupan ataupun pekerjaan melalui media baru. Istilah media baru/ *new media* ini merupakan penyebutan untuk menggambarkan karakteristik media yang berbeda dari yang telah ada selama ini. Seperti media televisi, radio, majalah dan koran. Media tersebut bisa digolongkan sebagai media lama/ *old media*, dan media internet yang mengandung muatan interaktif digolongkan sebagai media baru. Sehingga penyebutan ini bukan lah media lama yang menjadi hilang dan digantikan oleh media baru, namun ini merupakan penyebutan untuk menggambarkan sebuah karakteristik yang muncul saja.

Salah satu produk yang dihasilkan dari media baru adalah media sosial. Pada saat ini media sosial dianggap memiliki istilah yang mengandung banyak makna dan definisi yang tidak persis sama, namun pada dasarnya menyebutkan bahwa media sosial itu sebagai *platform* atau media untuk berkomunikasi dengan orang secara daring atau digital. Jenis media ini termasuk blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang didukung oleh teknologi multimedia yang canggih. Kelebihan media sosial adalah penyebaran informasi yang cepat. Namun, kelemahannya adalah kecanduan yang berlebihan, pengurangan intensitas interaksi langsung atau tatap muka, dan masalah hukum karena konten yang melanggar moral, privasi, dan peraturan (Sudiyatmoko, 2015) dalam (Vandora & Sim, 2024).

Media sosial memiliki jenis-jenis platform yang sering digukan oleh orang-orang pada saat ini, salah satunya adalah Instagram. Pada buku *instagram Handbook* Karya Landsverk 2014, instagram ialah jejaring sosial yang paling terkenal untuk berbagi foto dan video. Pengguna dapat mengunggah foto secara digital, kemudian mengaplikasikan *filter* untuk merubah tampilannya dan membagikannya kepada orang lain (Azhar & Azzahra, 2024). Maka dari itu pengguna dapat

mengunggah foto secara digital lalu menerapkan *filters* untuk mengedit penampilan mereka, dan membagikan foto tersebut ke pengguna yang lain.

Pada awalnya Instagram digunakan hanya untuk berbagi foto, video atau sebuah alat interaksi oleh Masyarakat. Namun dengan seiringnya waktu, pemerintah turut mengikuti penggunaan media sosial instagram dikarenakan Instagram ini banyak dipakai oleh Masyarakat di Indonesia. Sehingga Instagram digunakan menjadi alat atau wadah oleh para instansi pemerintahan dalam melakukan penyebaran informasi kepada khalayaknya. Dengan media sosial instagram, masyarakat tidak perlu repot-repot membuka *website* dari sebuah instansi karena semua informasi yang dibagikan oleh suatu instansi bisa didapatkan melalui satu *platform* yaitu Instagram. Melalui instagram, para pengguna juga bisa mendapatkan informasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Karena jika mereka telah mengikuti akun suatu instansi, maka informasi yang diunggah oleh akun suatu instansi tersebut akan muncul dihalaman beranda mereka.

Berdasarkan penjelasan di atas, media sosial khususnya instagram menjadi salah satu *platform* unggulan untuk melakukan penyebaran luasan sebuah informasi dari suatu instansi pemerintah kepada khalayaknya. Selain untuk hiburan, media sosial khususnya instagram juga kerap dimanfaatkan sebagai alat kampanye dari sebuah instansi pemerintah. Oleh sebab itu, Instagram banyak digunakan oleh Instansi pemerintah dan salah satunya yang menggunakan Instagram dalam melakukan penyebaran informasi kepada khalayaknya adalah Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Provinsi Jawa Barat (BPSDM JABAR).

Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Provinsi Jawa Barat (BPSDM JABAR) merupakan salah satu instansi pemerintahan yang bertanggung jawab terhadap pengembangan kapasitas sumber daya manusia di Jawa Barat. BPSDM JABAR memanfaatkan media sosial khususnya Instagram sebagai salah satu alat untuk menyebar luaskan informasi kepada khalayaknya. Akun resmi Instagram @bpsdmjabar ini dikelola langsung oleh humas dari BPSDM JABAR, akun ini membagikan beragam jenis konten mulai dari konten informatif, kegiatan, informasi pelatihan hingga konten hiburan. Konten-konten tersebut berkaitan dengan informasi terkait program dan kegiatan yang dilaksanakan BPSDM JABAR. Setiap harinya konten diunggah secara rutin untuk membangun keterlibatan aktif dengan para pengikutnya dan memastikan bahwa informasi yang disajikan oleh BPSDM JABAR selalu berkaitan dengan khalayak.

Berdasarkan dari paparan penulis di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @bpsdmjabar Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* Periode Juni 2025". Dalam membatasi periode pengumpulan data, peneliti disini hanya menetapkan sampai periode Juni 2025. Karena *followers* dapat berubah dengan cepat dan kebijakan akun @bpsdmjabar mungkin bisa berubah setelah Juni 2025.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena kita perlu mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial instagram @bpsdmjabar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikutnya, yang dimana *followers* dari akun tersebut rata rata adalah (ASN) Aparatur Sipil Negara. Oleh karena itu, informasi yang disajikan dalam bentuk konten informatif, kegiatan, dan hiburan yang disajikan oleh akun instagram @bpsdmjabar ini harus tersampaikan dan dapat dipahami oleh khalayaknya. Selain itu, BPSDM JABAR adalah salah satu instansi pemerintahan yang berada di Jawa Barat dan terus melakukan inovasi dalam menyampaikan sebuah informasi kepada khalayaknya. Di Jawa Barat, satu satunya instansi pemerintahan yang menggunakan strategi *SPARKLE* dalam pengelolaan akun media sosial khususnya instagram adalah BPSDM JABAR.

BPSDM JABAR memfokuskan penyebarannya di media sosial, khususnya instagram. Secara mendalam, penelitian ini menjawab dari pertanyaan, seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial instagram @bpsdmjabar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* periode Juni 2025. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial akun instagram @bpsdmjabar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* periode Juni 2025.

2 KAJIAN PUSTAKA

Dalam digitalisasi, komunikasi berkembang paling cepat. Pada masa lalu, orang harus menggunakan kartu SIM untuk berkomunikasi dengan orang lain di tempat lain. Kemudian, dengan hadirnya smartphone yang memiliki fitur yang sangat canggih, perkembangan komunikasi pada era digital mulai terjadi. Salah satu komponen yang paling penting adalah kemampuan internet yang menjadi jauh lebih baik, yang digunakan untuk berkomunikasi dan terhubung dengan orang lain. Produk yang dihasilkan dari perkembangan komunikasi ini salah satunya adalah komunikasi digital (Batoebara, 2021).

Seiring dengan perkembangan teknologi dan komunikasi massa digital atau komunikasi berbasis internet, maka akan sangat memungkinkan suatu pengguna media untuk melakukan interaksi melalui dunia maya dengan bertatap muka atau menggunakan hologram tanpa harus bertatap muka secara langsung. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Mc Quail dalam (Varenia & Phalguna, 2022) media baru ialah berbagai perangkat teknologi komunikasi informasi yang memungkinkan adanya digitalisasi dan cakupan yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Jadi media baru ini sebuah teknologi komunikasi informasi yang melakukan perubahan seiring dengan perkembangan zaman. Media baru juga dapat memudahkan penggunaannya dalam berbagi informasi atau berkomunikasi.

Pada saat ini media sosial memungkinkan penggunaannya untuk melakukan berbagai aktivitas sosial. Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di media sosial ialah berinteraksi, berkomunikasi, memberikan informasi atau konten berupa tulisan, foto, ataupun video. Aktivitas sosial tersebut dapat dipastikan akan selalu memiliki kebaruan disetiap detikanya, karena banyak pengguna media yang berbagi konten atau informasi di media sosial. Sehingga dapat dipastikan bahwa informasi atau konten yang terkandung didalam media sosial tersedia untuk semua pengguna sepanjang hari. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh (Puspitarini & Nuraeni, 2019), ia mengatakan bahwa media sosial ini ialah sebuah wadah atau media di internet yang memungkinkan penggunaannya untuk menggambarkan diri, melakukan interaksi, bekerja sama, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain. Sehingga dari media sosial ini dapat membentuk ikatan sosial secara virtual.

Media sosial adalah salah satu *platform* dari media siber. Karakter dari media sosial tidak banyak berbeda dengan media siber. Namun demikian, menurut (Nasrullah, 2015) media sosial memiliki karakter khusus, yaitu: 1) Jaringan (*Network*) ialah sebuah infrastruktur tidak terlihat yang menghubungkan antara perangkat keras dengan perangkat keras lainnya. Keterhubungan ini dibutuhkan karena komunikasi dapat terjadi jika perangkat keras itu saling terhubung, sehingga di dalamnya mengalami proses perpindahan data. 2) Informasi (*Informations*) menjadi suatu aspek yang sangat penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan gambaran tentang dirinya, membuat konten, dan melakukan interaksi dengan pengguna lain berdasarkan dengan informasi. 3) Arsip (*Archive*) bagi sebagian pengguna media sosial, arsip merupakan sebuah ciri khas yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan dan menggunakan perangkat apapun. 4) Interaksi (*Interactivity*) media sosial menghubungkan jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*followers*) semata, tetapi dalam media sosial harus dibangun interaksi antar pengguna media dengan pengguna lain. 5) Simulasi Sosial (*simulation of society*) media sosial memiliki ciri khas sebagai wadah berbagainya informasi atau konten yang dilakukan oleh masyarakat (*society*) di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang banyak dalam kasus yang berbeda-beda, sehingga tidak dapat dijumpai dalam lapisan masyarakat yang nyata. 6) Konten oleh pengguna (*user-generated content*) di media sosial, konten atau informasi merupakan sepenuhnya milik berdasarkan kontribusi pengguna media atau pemilik akun. UGC adalah hubungan timbal balik dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan penggunaannya untuk berbagi konten. Hal ini berbeda dengan media lama (*old media*), dimana pada media lama itu khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi konten.

Instagram berasal dari kata instan dan gram, instan berarti mampu menampilkan foto dengan

mudah dan instan dengan tampilan yang hampir mirip dengan polaroid, sehingga menjadikan instagram sangat menarik bagi para penggunanya. Sedangkan gram berarti cara kerja dari media sosial instagram yang dapat membagikan informasi secara cepat (Sutrisno & Mayangsari, 2022). Instagram merupakan media sosial yang digunakan oleh para penggunanya sebagai media sosial dengan fungsi membagikan informasi berupa gambar, foto, video dan *caption* (Sutrisno & Mayangsari, 2022).

Menurut (Syahbani & Widodo, 2017) dalam penggunaan media sosial terdapat empat c, diantaranya adalah: 1) *Context* (konteks), yaitu bagaimana kita membuat cerita atau pesan (informasi) seperti bentuknya, bahasanya, dan isinya. Indikator *Context* menekankan bagaimana pentingnya menyajikan konten, desain pesan, waktu penyampaian, dan konten yang disajikan yang sesuai dengan audiens media sosial. 2) *Communication* (komunikasi), cerita atau pesan (informasi) sebagaimana kita mendengarkannya, meresponnya, dan tumbuh dengan cara yang membuat pengguna merasa nyaman dan pesan tersampaikan dengan baik. Indikator *communication* menekankan komunikasi dua arah yang aktif antara pengguna dan pengelola akun media sosial, penyampaian pesan, dan efektivitas pesan. 3) *Collaboration* (Kolaborasi), atau kerja sama, adalah bagaimana bekerja sama untuk membuat segalanya lebih baik. Indikator *collaboration* yaitu, interaksi, keterlibatan, kesesuaian pesan dan manfaat. 4) *Connection* (koneksi), adalah bagaimana mempertahankan hubungan yang telah dibangun. Indikator *connection* adalah berkelanjutan dan timbal balik.

Segala jenis keperluan manusia yang harus terpenuhi untuk mencapai kepuasannya disebut dengan kebutuhan (Nisrina Fajari & Diana Khuntari, 2023). Sedangkan informasi ialah seperangkat data yang sudah diolah sehingga dapat memberikan pengetahuan bagi pembaca atau seseorang yang melihat informasi tersebut (Nisrina Fajari & Diana Khuntari, 2023). Selain itu, (Nisrina Fajari & Diana Khuntari, 2023), menyebutkan bahwa terjadinya kebutuhan informasi disebabkan dari “*a problematic situation*” atau kondisi bermasalah dalam diri manusia yang merasa tidak mampu untuk mencapai sebuah tujuan hidupnya. maka akan mengakibatkan manusia harus mencari masukan dari luar (*external resources*).

Menurut (Nisrina Fajari & Diana Khuntari, 2023) mengatakan bahwa beberapa pendekatan dapat digunakan untuk menentukan kebutuhan informasi manusia: 1) *Current Need Approach*: pendekatan ini dapat memenuhi kebutuhan informasi yang mutakhir atau baru. Secara umum, manusia dan sistem informasi berurusan satu sama lain untuk meningkatkan wawasan dan pengalaman. Pendekatan ini membutuhkan interaksi secara tidak berubah antara sistem informasi dan pengguna. 2) *Everyday Need Approach*: Pendekatan kepada pengguna yang diperoleh terkait dengan pengalaman sehari-hari seseorang, yang dibutuhkan secara cepat dan spesifik. 3) *Exhaustic Need Approach*: Pendekatan kepada pengguna karena akan merasa ketergantungan dengan informasi yang diberikan karena mereka memerlukan informasi yang mendalam, lengkap, spesifik, dan relevan. 4) *Catching-up Need Approach*: Pendekatan ini mengatakan bahwa pengguna membutuhkan informasi yang ringkas dan lengkap mengenai informasi perkembangan suatu subjek yang diperlukan dan sifatnya relevan.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori *uses and gratification*. Menurut Alihu Katz (1959) dalam (Puspita & Sumatan, 2022), teori *uses and gratification* mengemukakan tentang penggunaan media sebagai pemuas kebutuhan. Media mana dan jenis apa yang akan digunakan akan ditentukan sendiri oleh pengguna media. Teori *uses and gratification* ini memiliki asumsi bahwa pengguna dari suatu media itu adalah khalayak yang aktif, jadi pengguna tidak hanya berperan pasif dalam menerima informasi yang disuguhkan oleh media. Pengguna media memiliki hak untuk memilih media berdasarkan kebutuhannya. Orang-orang akan menggunakan suatu media untuk memenuhi kebutuhannya seperti, informasi, interaksi sosial dan hiburan.

3 METODE PENELITIAN

Metode penelitian menurut Sugiyono (2007) dalam (Darna, 2018) adalah “cara cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid, dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif.

Objek dari penelitian ini adalah penggunaan media sosial instansi pemerintahan yang bertanggung jawab terhadap pengembangan kapasitas sumber daya manusia di Jawa Barat (BPSDM JABAR). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data jenis kuesioner dengan mengandalkan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

Menurut Sugiyono (2016) dalam (Yudita, 2020) mengemukakan bahwa operasional variabel merupakan sebuah elemen atau sifat atau nilai dari suatu objek atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ambil kesimpulannya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 2 variabel, yaitu variabel bebas (penggunaan media sosial) dan variabel terikat (kebutuhan informasi).

Dalam melakukan analisis, disini peneliti menggunakan uji validitas Menurut (Pratama, 2021) mengatakan bahwa uji validitas digunakan untuk melihat kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner dapat mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya untuk mendukung suatu kelompok variabel tersebut. Uji validitas dilakukan kepada setiap butir pernyataan dan hasilnya dibandingkan dengan rtabel. Jika $r_{hitung} \geq (0,361)$ rtabel maka pernyataan dinyatakan valid. Hasil uji validitas pada variabel penggunaan media sosial menunjukkan 14 butir pernyataan valid, variabel kebutuhan informasi menunjukkan 14 butir pernyataan valid.

Menurut Sugiyono (2016) dalam (Pratama, 2021) menjelaskan bahwa uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir atau item pertanyaan dalam angket (kuesioner) penelitian. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten dan jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten,

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak (Pratama, 2021). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov Smirnov diolah dengan SPSS versi 25. Pengambilan kesimpulan hasil uji normalitas dapat dilihat sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka dinyatakan data berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka dinyatakan data berdistribusi tidak normal.

Uji regresi linier sederhana ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Regresi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas. Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana. Menurut (Laillisa, 2023) persamaan regresi sederhana dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + BX$$

Koefisien determinasi (R^2) adalah ukuran seberapa jauh kemampuan model untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara nol dan satu, dan nilai R^2 yang lebih rendah menunjukkan bahwa variabel independen tidak memiliki banyak kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksinya, dan nilai koefisien determinasi berkisar antara nol dan satu. Nilai adjusted R^2 yang lebih rendah menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen untuk menjelaskan sangat terbatas (Kharislam et al., 2022).

Menurut (Kharislam et al., 2022) Uji t memiliki tujuan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel independen secara individual terhadap variasi variabel lainnya. Untuk Kriteria Dalam pengambilan keputusannya sebagai berikut:

- H_0 ditolak dan H_a diterima, jika t hitung $>$ t tabel atau jika probabilitas (P value) $<$ α 0,05 berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*,
- H_0 diterima dan H_a ditolak, jika t hitung $<$ t tabel atau jika probabilitas (P value) $>$ α 0,05 berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

(Constant) Penggunaan Media Sosial	Hasil
t	1,000 65.476
B	0,981
Sig.	0,000

Sumber: Olah Data SPSS (2025)

Berdasarkan pada tabel 4. 1 diperoleh hasil persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 1,000 + 0,981X$$

Pada rumus persamaan di atas didapatkan nilai a sebesar 1,000 yang artinya besarnya pemenuhan kebutuhan informasi tanpa adanya pengaruh penggunaan media sosial. Sedangkan b menunjukkan koefisien regresi untuk variabel X sebesar 0,981. Koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat diartikan bahwa setiap ada peningkatan penggunaan media sosial (X) sebesar 1%, maka pemenuhan kebutuhan informasi (Y) akan meningkat sebesar 0,981.

4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengukur pengaruh variabel penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dapat dilakukan dengan koefisien determinasi.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary	Hasil
R	0,989
R Square	0,978

Sumber: Olah Data SPSS (2025)

Pada tabel 4. 3, dapat dilihat besarnya R yaitu sebesar 0,989. Dari angka tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,978 yang menunjukkan bahwa pengaruh dari variabel bebas X (penggunaan media sosial) terhadap variabel terikat Y (pemenuhan kebutuhan informasi) sebesar 97,8%. Sedangkan sisanya yakni 2,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel X (penggunaan media sosial).

4.4 Hasil Uji T Hipotesis

Pengujian hipotesis utama ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini jika t hitung $>$ t tabel atau signifikansi t hitung (p-value) $<$ α (0,05), maka terdapat pengaruh yang signifikan secara *statistic* antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 3. Hasil Uji T Hipotesis

(Constant) Penggunaan Media Sosial	Hasil
t	1,000 65.476
B	0,981
Sig.	0,000

Sumber: Olah Data SPSS (2025)

Pada tabel 4.4 dapat diketahui bahwa variabel penggunaan media sosial terhadap variabel kebutuhan informasi memiliki nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan t hitung 65,476. Dalam penelitian ini t tabel yang diperoleh adalah 1.654, dimana t tabel tersebut diperoleh dari $\alpha = (0,05)$ dan derajat kebebasan $(df) = n-2 = 100-2 = 98$, karena t hitung $>$ t tabel dengan nilai $65,476 > 1.654$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Oleh karena itu nilai tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel penggunaan media sosial terhadap variabel kebutuhan informasi.

4.5 Pembahasan

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram @bpsdmjabar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* periode Juni 2025.

Dalam penelitian ini, terdapat pengaruh *context* terhadap *current need approach followers* akun Instagram @bpsdmjabar. *Context* yang dimaksudkan adalah berupa penyajian pesan atau konten, desain pesan, waktu penyampaian pesan (Syahbani & Widodo, 2017). Sedangkan *current need approach* disini adalah pendekatan kepada pengguna media sosial yang membutuhkan informasi bersifat mutakhir. *Followers* melakukan interaksi dengan sistem informasi yang sangat umum dalam meningkatkan pengetahuannya. Pendekatan ini membutuhkan adanya interaksi yang sifatnya tidak berubah antara pengguna dan sistem informasi (Nisrina Fajari & Diana Khuntari, 2023). Dalam hal ini, *followers* akun Instagram @bpsdmajabar ini merasakan *current need approach* atau kebutuhan informasi yang sifatnya mutakhir ini terpenuhi dengan *context* atau sebuah cara penyajian pesan yang dilakukan oleh akun Instagram @bpsdmjabar.

Context atau sebuah cara penyajian pesan adalah salah satu komponen yang sangat penting dalam melakukan penyampaian pesan atau informasi kepada khalayaknya. Cara menyusun pesan dan cara menyajikan sebuah pesan akan sangat mempengaruhi sejauh mana informasi dapat dipahami, diterima, dan direspon oleh khalayaknya. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh (Nurhadi & Kurniawan, 2017) pesan yang disusun dan disajikan dengan cara yang menarik dan terartur akan dapat lebih mudah dipahami dan diingat oleh komunikan. Penyajian pesan yang menarik dan mudah dipahami ini akan membantu khayalak dengan mudah mendapatkan benang merah dari suatu informasi yang diberikan oleh pengirim tanpa kebingungan.

Berdasarkan dari analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, terdapat pengaruh *communication* terhadap *everyday need approach followers* akun Instagram @bpsdmjabar. *Communication* dalam hal ini adalah tanggapan mengenai informasi yang disampaikan, gaya penyampaian pesan, dan efektivitas pesan. sedangkan *everyday need approach*, yang dimaksudkan disini adalah pendekatan terhadap kebutuhan *followers* yang sifatnya cepat dan spesifik. Jenis informasi yang dibutuhkan disini adalah informasi yang sering dihadapi oleh pengguna. Dalam hal ini, *followers* akun Instagram @bpsdmajabar ini merasakan *everyday need approach* atau kebutuhan informasi yang sifatnya cepat dan spesifik ini terpenuhi dengan *communication* atau tanggapan mengenai informasi yang disampaikan, gaya penyampaian pesan, dan efektivitas pesan oleh akun Instagram @bpsdmjabar.

Komunikasi yang efektif melalui media sosial khususnya Instagram ini memiliki kontribusi yang sangat besar dalam memenuhi kebutuhan informasi *followers*, seperti halnya informasi sehari-hari yang dibutuhkan oleh *followers*. Dalam hal ini, (Hakim & Jayanti, 2022) mendapatkan temuan

yang serupa dalam penelitiannya yang berjudul "*The Effectiveness of the Government Instagram Account to Fulfill the Information Needs Study on @humaskotatangsel*". Dalam penelitiannya ia menemukan bahwa efektivitas komunikasi yang dilakukan di media sosial berpengaruh kuat terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*, termasuk elemen *everyday need approach*. Sehingga, *followers* akun Instagram @bpsdmjabar juga setuju dan merasakan *everyday need approach* atau kebutuhan informasi yang sifatnya cepat dan spesifik ini terpenuhi.

Berdasarkan dari analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, terdapat pengaruh *collaboration* terhadap *exhaustic need approach followers* akun Instagram @bpsdmjabar. *Collaboration* disini memiliki maksud seperti interaksi yang ada pada akun Instagram @bpsdmjabar, keterlibatan khalayak, kesesuaian pesan, dan manfaat pesan yang disampaikan. Sedangkan *exhaustic need approach*, maksudnya adalah pendekatan kepada kebutuhan *followers* yang sifatnya mendalam, pengguna informasi memiliki kecanduan yang tinggi pada informasi yang relevan, spesifik, dan lengkap. Dalam hal ini, *followers* akun Instagram @bpsdmjabar merasakan *exhaustic need approach* atau kebutuhan informasi yang sifatnya mendalam, relevan, spesifik, dan lengkap ini terpenuhi dengan *collaboration* atau keterlibat khalayak, kesesuaian pesan, dan manfaat pesan yang disampaikan oleh akun Instagram @bpsdmjabar.

Dalam meningkatkan sebuah upaya penyebaran informasi yang jelas dan mendalam secara luas, perlu dilakukannya kolaborasi antara pengelola akun Instagram dengan *stakeholder*. Sehingga dilakukannya kolaborasi tersebut mampu memenuhi kebutuhan informasi *followers*. Hal ini sejalan dengan temuan yang diperoleh (Amanullah, 2023) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Penggunaan Akun Instagram @Ternakuang.Id Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ekonomi Pada *Followers*". Dalam penelitiannya ia menemukan bahwa akun Instagram yang memanfaatkan aspek kolaborasi dapat memenuhi *exhaustic need approach* dari pengikutnya. *stakeholder* memiliki peran penting dalam berjalannya sebuah kolaborasi tersebut. Seperti halnya interaksi dan kerja sama antara pengelola akun dengan *followers* atau pihak tertentu. Sehingga dapat memperkaya dan memperluas jangkauan informasi secara lengkap dan mendalam.

Berdasarkan dari analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, terdapat pengaruh *connection* terhadap *catching-up need approach followers* akun Instagram @bpsdmjabar. *Connection* ini memiliki maksud mengenai hubungan yang berkelanjutan dan timbal balik antara pengguna media sosial dan admin media sosial akun Instagram @bpsdmjabar. Sedangkan *catching-up need approach*, maksudnya disini adalah pendekatan kepada *followers* yang membutuhkan informasi secara ringkas dan lengkap. Dalam hal ini, *followers* akun Instagram @bpsdmjabar merasakan *catching-up need approach* atau kebutuhan informasi yang sifatnya ringkas dan lengkap ini terpenuhi dengan *connection* atau hubungan yang dibangun oleh admin media sosial akun Instagram @bpsdmjabar.

Connection disini merupakan hubungan dan interaksi yang aktif antara pengelola akun Instagram dengan *followers*, sehingga dari *connection* yang terjalin tersebut akan sangat memungkinkan *followers* mendapatkan informasi yang mudah dan cepat. Hal tersebut sangat penting dalam memenuhi *catching-up need approach followers*. Hal ini serupa dengan temuan penelitian (Wicaksana, 2023) yang berjudul "Pengaruh Instagram @Detikcom Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*". Dalam penelitian tersebut terdapat temuan yang menunjukkan bahwa koneksi yang terjalin melalui interaksi sosial media memiliki kontribusi yang sangat besar untuk memenuhi kebutuhan informasi *followers*.

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial Instagram akun @bpsdmjabar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Dari hasil penelitian yang diperoleh dari data *statistic*, pengaruh terbesar yaitu terdapat pada sub variabel *context* terhadap sub variabel *current need approach*. *Context* disini yaitu adalah suatu cara penyajian pesan atau informasi supaya dapat tersampaikan kepada khalayaknya dengan efektif dan efisien. Penyajiannya tersebut dapat dilakukan dengan cara memberikan kemasan pesan atau informasi dengan menarik dan dapat dipahami dengan mudah oleh khalayaknya. Indikator

dari *context* tersebut meliputi penyajian pesan atau konten, desain pesan, waktu penyampaian pesan, dan konten yang disajikan.

Dalam penelitian ini, sub variabel *context* terhadap sub variabel *current need approach* mendapatkan pengaruh terbesar diantara sub variabel yang lain. Hal ini dikarenakan penyajian pesan yang dilakukan oleh akun Instagram @bpsdmjabar memiliki struktur konten yang mudah dipahami, konten yang disajikan memiliki desain yang menarik, dan waktu penyampaian pesan yang sangat tepat kepada khalayaknya. Sehingga pesan atau informasi yang diberikan oleh akun Instagram @bpsdmjabar ini memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya yang bersifat mutakhir atau terbaru. Selain itu, informasi yang paling berkontribusi dalam pemenuhan kebutuhan informasi *followers* ini terdapat pada jenis konten hiburan. Data ini didapat dari hasil fitur *insight* pada Instagram @bpsdmjabar.

Sub variabel *connection* terhadap sub variabel *current need approach* mendapatkan pengaruh terkecil diantara sub variabel yang lainnya dikarenakan hubungan yang terjalin antara admin pengelola akun Instagram @bpsdmjabar dengan *followers* kurang berkelanjutan. Maksudnya dari kurang berkelanjutan disini adalah bersifat sementara, Sehingga hubungan dan interaksi yang terjadi antara admin pengelola akun Instagram @bpsdmjabar dengan pengikutnya ini tidak terjalin dengan sangat baik. Akan tetapi, dalam hal ini tetap saja ada hubungan dan interaksi yang terjadi antara admin pengelola akun Instagram @bpsdmjabar dengan pengikutnya dikarenakan admin tetap memelihara hubungan yang berkelanjutan dan terjadi interaksi dengan *followers* akun Instagram @bpsdmjabar.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, menunjukkan juga bahwasannya *followers* akun Instagram @bpsdmjabar memiliki kebutuhan akan informasi yang disajikan oleh akun Instagram tersebut. Dalam memenuhi kebutuhan informasinya, *followers* akun Instagram @bpsdmjabar menggunakan *platform* Instagram untuk mendapatkan informasi yang cepat dan relevan dengan dirinya. Oleh sebab itu, pengguna media sosial atau *followers* akun Instagram @bpsdmjabar ini memiliki motivasi untuk menggunakan media sosial khususnya Instagram. Hal ini sejalan dengan asumsi dasar teori *uses and gratification* yang dimana pengguna lebih aktif dalam memilih media berdasarkan kebutuhannya. Menurut Alihu Katz (1959) dalam (Puspita & Sumatan, 2022), teori *uses and gratification* mengemukakan tentang penggunaan media sebagai pemuas kebutuhan. Media mana dan jenis apa yang akan digunakan akan ditentukan sendiri oleh pengguna media.

Jadi, berdasarkan teori *uses and gratification* tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial Instagram akun @bpsdmjabar ini memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Hal itu dikarenakan *followers* itu sendiri secara aktif menggunakan media sosialnya untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkannya. Maka dari itu itu, penelitian ini memiliki temuan yang sejalan dengan asumsi dasar teori *uses and gratification* dari Alihu Katz.

Dengan demikian, informasi pada dasarnya dibutuhkan oleh semua orang termasuk pekerja dan mahasiswa yang menggunakannya untuk tugas kuliah, seminar, penelitian, dan aktivitas lainnya. Selain itu, munculnya internet mengakibatkan percepatan pertukaran informasi di era globalisasi ini. Hal ini membuat orang-orang lebih mudah dan cepat dalam menemukan informasi yang mereka butuhkan di mana pun dan kapan pun tanpa terbatas pada ruang dan waktu (Bukhori & Tamara, 2018). Dalam hal ini, *followers* akun Instagram @bpsdmjabar yang dijadikan sebagai sampel penelitian, kebutuhan akan informasinya merasa tercukupi dari informasi yang diberikan oleh BPSDM JABAR melalui media sosial akun instagramnya.

5 SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil uji *statistic* dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, disini peneliti mendapatkan kesimpulan bahwasannya terdapat pengaruh dari penggunaan media sosial akun Instagram @bpsdmjabar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Hal ini terjadi dikarenakan pada saat melakukan uji hipotesis dapat dinyatakan bahwasannya variabel penggunaan

media sosial (X) memiliki pengaruh terhadap variabel kebutuhan informasi (Y). Dari hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dengan menggunakan *software IBM SPSS Statistic 25*, data diperoleh sebesar 65,476 yang artinya lebih besar dari 1,654. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwasannya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dari nilai tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari variabel penggunaan media sosial (X) terhadap variabel kebutuhan informasi (Y). selain itu pengaruh terbesar diperoleh dari sub variabel *context* terhadap sub variabel *current need approach*. Sedangkan pengaruh terkecil diperoleh dari sub variabel *connection* terhadap sub variabel *current need approach*.

Dalam penelitian ini, diketahui kecilnya pengaruh dari sub variabel *connection* terhadap pendekatan kepada pengguna yang membutuhkan informasi mutakhir atau terbaru. Peneliti merekomendasikan kepada admin media sosial Instagram akun @bpsdmjabar untuk dapat meningkatkan lagi hubungan yang telah dibangun dengan *followers*, supaya hubungan yang sudah terjalin ini dapat semakin erat. Hal ini dapat didorong dengan cara diperbanyaknya interaksi antara admin media sosial Instagram akun @bpsdmjabar dan *followers* melalui *polling*, dan kotak pertanyaan (Q&A). Sehingga, akan menciptakan kedekatan emosional dan loyalitas antara *followers* dengan akun Instagram @bpsdmjabar. Selain itu, membuat forum diskusi atau komunitas daring melalui fitur saluran yang ada di *direct message* Instagram ini dapat menciptakan kebersamaan antara pengguna media atau *followers* dengan akun Instagram @bpsdmjabar.

Selain itu, penelitian ini mengukur pengaruh penggunaan media sosial Instagram @bpsdmjabar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* Periode Juni 2025. Pada penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan kajian lebih lanjut mengenai kecilnya pengaruh sub variabel *connection* terhadap pendekatan kepada pengguna media yang memiliki kebutuhan informasi mutakhir atau terbaru. Dengan melakukan penelitian lanjutan yang berdasarkan dari penelitian ini, maka akan mengetahui secara komprehensif masalah yang terjadi dalam penggunaan media sosial Instagram pada akun @bpsdmjabar. Selain itu untuk dapat lebih dalam menggali masalah tersebut, penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus.

Simpulan berisi rangkuman singkat atas hasil penelitian dan pembahasan. Bagian simpulan ditulis dalam bentuk paragraf bukan poin-poin atau penomoran. Pada bagian ini dapat juga dicantumkan rekomendasi atau saran bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. A., & Setiyanti, O. W. (2015). The Effectiveness Use of Soundcloud Application as Social Media for Promoting Pop Punk Indie Band. *BISSTECH*.
- Amanullah, A. (2023). *Pengaruh Penggunaan Akun Instagram @ternakuang.id Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ekonomi Pada Followers*. Universitas Komputer Indonesia.
- Azhar, S., & Azzahra, fatimah. (2024). Strategi Unggahan Konten Dakwah Salafi di Instagram Surau Televisi Official. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam, Vol. 5(2)*.
- Batoebara, M. U. (2021). Inovasi Dan Kolaborasi Dalam Era Komunikasi Digital. *Jurnal Prosiding Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Dharmawangsa , Vol 8*.
- Bukhori, F., & Tamara, A. S. (2018). *Kebutuhan dan Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa JIP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta* (Seminar Nasional Prodi Ilmu Perpustakaan UM Literasi Digital Dari Pustakawan Untuk Merawat Kebhinekaan).
- Darna, H. (2018). *MEMILIH METODE PENELITIAN YANG TEPAT: BAGI PENELITIAN BIDANG ILMU MANAJEMEN*. 5.
- Hakim, F., & Jayanti, K. (2022). The Effectiveness Of Government Instagram Account To Fulfill The Information Needs Study On @Humaskotatansel. *Journal of Digital Media Communication, 1(1)*, 10–19. <https://doi.org/10.35760/dimedcom.2022.v1i1.6509>

- Kharislam, D. D., Pravasanti, Y. A., & Ningsih, S. (2022). Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Indomaret Ruko Garuda Mas). *Akuntansi Dan Pajak*, 22(2).
- Laillisa. (2023). *Pengaruh Permainan Tradisional Lompat Tali Karet Terhadap Keterampilan Lompat Tinggi Siswa Kelas V Sekolah Dasar Negeri Sepatan II*.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial ; Persfektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. . Simbiosis Rekatama Media. .
- Nisrina Fajari, & Diana Khuntari. (2023). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers @Wonosobozone. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 3(2), 42–55. <https://doi.org/10.55606/juitik.v3i2.475>
- Nofha, R., & Fauziyyah, S. N. (2020). Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 13–24. <https://doi.org/10.35326/medialog.v3i1.479>
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi. *Jurnal Komunikasi*, 3(1).
- Pratama, P. (2021). Pengaruh Penerapan Standar Operasional Prosedur Dan kompetensi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Ekspor PT. DUA KUDA INDONESIA. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 11(1). <https://doi.org/10.35968/m-pu.v11i1.600>
- Puspita, N., & Sumatan, N. (2022). Efektivitas Media Sosial Akun Instagram @detikcom dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Jurnal PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema*, 4(2).
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @HUMASBDG Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>
- Syahbani, F. M., & Widodo, A. (2017). Food Blogger Instagram: Promotion Through Social Media. *Ecodemica*, 1(1).
- Vandora, V. B., & Sim, E. N. D. R. (2024). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sintang Informasi Sebagai Media Promosi Online Di Kabupaten Sintang*. Vol. 22(1).
- Varenia, I. A. N., & Phalguna, I. B. Y. (2022). Implikasi Media Baru Sebagai Media Komunikasi Dan Teknologi Informasi. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 4(1), 623–632. <https://doi.org/10.53977/sadharananikarana.v4i1.614>
- Wicaksana, D. Agung. (2023). Pengaruh Instagram @Detikcom Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Eastasouth Journal of Positive Community Services*, 1(02), 55–76. <https://doi.org/10.58812/ejpcs.v1i02.60>
- Yudita, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.