

EFEKTIVITAS AKUN INSTAGRAM @INFOSERANG DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS

Helen Nadya Saraswati, Idola Perdini Putri, Almira Shabrina

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom Bandung

Email: helennadyas@student.telkomuniversity.ac.id,
idolaperdiniputri@telkomuniversity.ac.id.com,
shabrinaalmira@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Instagram sebagai platform media sosial dapat dimanfaatkan untuk menjadi tempat untuk berbagi informasi berita tanpa perlu membuka portal berita. Instagram dapat membagikan berita yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat melalui foto dan video yang diunggah. Para pengguna Instagram ini juga dapat berinteraksi dengan memberikan komentar atau memberikan tanggapan suka terhadap suatu postingan foto maupun video yang dibagikan. Salah satu akun yang memanfaatkan Instagram sebagai media penyebaran informasi adalah akun Instagram @infoserang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Efektivitas akun Instagram @infoserang dalam memenuhi kebutuhan informasi followers. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif, sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah followers aktif yang mengikuti akun Instagram @infoserang. Dalam penelitian ini, diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Efektivitas Akun Instagram @infoserang terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. Didapatkan perolehan nilai thitung ($13.448 > t_{tabel} (1.660)$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa Efektivitas Akun Instagram @infoserang memberikan pengaruh sebesar 64,4% dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers, sedangkan sisanya dari variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian.

Kata Kunci: Efektivitas, Kebutuhan Informasi, Instagram

Abstract

Instagram as a social media platform can be used as a place to share news information without the need to open a news portal. Instagram can share the desired news according to the needs of the community through uploaded photos and videos. These Instagram users can also interact by commenting or giving likes to a shared photo or video post. One account that uses Instagram as a medium for disseminating information is the Instagram account @infoserang. This study aims to find out how much effectiveness the @infoserang Instagram account is in meeting the information needs of followers. The method used in this study is descriptive quantitative, the sample used in this study is active followers who

follow the @infoserang Instagram account. In this study, the results showed that there was a significant effect between the Effectiveness of the @infoserang Instagram Account on Fulfilling Followers Information Needs. Obtained the acquisition value of t arithmetic (13.448) > t table (1.660), then H_0 is rejected and H_1 is accepted. Based on the results of the coefficient of determination, it shows that the Effectiveness of the Instagram Account @infoserang has an effect of 64.4% in Fulfilling Followers Information Needs, while the rest of the Information Needs Fulfillment variable is influenced by other variables not included in the study.

Keywords: *Effectiveness, Information Needs, Instagram*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat tentunya mengakibatkan munculnya beragam inovasi untuk menunjang kebutuhan informasi melalui teknologi yang dikembangkan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini ditandai dengan jenis peralatan teknologi serta *software* aplikasi yang mendukung (Nuryanto, 2012). Tidak dapat dihindari bahwa seiring dengan berjalannya waktu kemudahan untuk mendapatkan informasi akan semakin mudah, yang tentunya masyarakat harus dapat beradaptasi dengan segala teknologi yang semakin canggih. Banyaknya teknologi yang bermunculan untuk mendapatkan sebuah informasi membuat masyarakat dengan mudah memilih teknologi yang ingin digunakan sesuai dengan keinginan masyarakat.

Salah satu ciri dari kemajuan teknologi yaitu lahirnya *New Media* seperti situs media sosial Facebook, Instagram, Twitter dan lainnya. Selain itu juga terdapat situs *streaming* video dan audio, *game computer* atau *online*, dan juga aplikasi yang terdapat di ponsel atau tablet. *New media* juga dapat memungkinkan orang, kelompok atau perusahaan untuk terhubung satu sama lain untuk memberikan dan menerima informasi yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. *New media* merupakan media yang menawarkan *digitalization* (pemakaian sistem digital), *convergence* (sumber media), *interactivity* (aktivitas dalam menggunakan internet), dan *development of network* (jaringan pembangunan internet) terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuan menawarkan interaktivitas ini memungkinkan pengguna dari *New media* memiliki pilihan informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Kemampuan menawarkan suatu *interactivity* inilah yang merupakan konsep sentral dari pemahaman tentang new media (Flew, 2002: 11-22).

Informasi merupakan sesuatu yang dibutuhkan, Lancaster dalam (Rifai, 2016) memaparkan bahwa dalam suatu siklus informasi paling tidak ada dua pihak yang terlibat yaitu pihak-pihak sumber informasi dan juga pihak pemakai informasi. Dalam hal ini sumber-sumber informasi adalah media yang digunakan untuk menyimpan dan menyebarkan informasi baik informasi dalam bentuk media cetak maupun media *non-cetak*, sedangkan pemakai informasi yang dituju adalah masyarakat yang memerlukan informasi sebagai sesuatu keperluan dan kebutuhan.



Gambar 1
Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Dunia Tahun 2021
Sumber: <https://apjii.or.id>, diakses pada 25 November 2021

Dilihat pada tahun 2021 Hootsuite (*We Are Social*) mengeluarkan data mengenai tren dunia internet dan media sosial pada 11 Februari 2021. Dimana data tersebut menunjukkan bahwa total populasi penduduk berjumlah 73,8 milyar, pengguna *mobile phone* sebanyak 5,22 milyar (66,6%.) dari jumlah populasi di dunia, pengguna internet sebanyak 4,66 milyar (59,5%) dari jumlah populasi di dunia, dan pengguna media sosial aktif sebanyak 4,20 milyar (53,6%) dari populasi di dunia. (<https://datareportal.com>, diakses pada 25 November 2021)

Berdasarkan survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada bulan November 2020 mengatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia hingga kuartal dua tahun 2020 mengalami kenaikan hingga 73,3% dari populasi atau setara dengan 196,7 juta pengguna dari masyarakat Republik Indonesia yang memiliki populasi 299,9 juta menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) mayoritas pengguna internet mengakses internet lebih dari 8 jam dalam satu hari. Dari data tersebut diketahui juga pengguna internet di Pulau Jawa masih berkontribusi terbesar pada kenaikan penggunaan internet yakni dari 56,4%. Pengguna internet terbesar kedua berasal dari Pulau Sumatera (22,1%) dilanjutkan dengan Pulau Sulawesi (7%), Kalimantan (6,3%), Bali-Nusa Tenggara (5,2%), dan terakhir Maluku-Papua sebesar 3%. (<https://apjii.or.id>, diakses pada 25 November 2021).

Dengan lahirnya internet, jejaring sosial juga mulai muncul dan segala aktivitas yang dilakukan tidak lepas dari koneksi jaringan internet. Misalnya ketika menggunakan media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Line yang dapat digunakan untuk berbagi informasi melalui fitur yang tersedia seperti pesan melalui *chatting*, gambar maupun video dan juga dapat berteman dengan pengguna lain di seluruh dunia. Aplikasi jejaring sosial tersebut dapat digunakan untuk berkomunikasi

yang paling banyak digunakan di Indonesia. Instagram merupakan platform media sosial untuk berbagi foto dan video, menerapkan filter digital serta aktivitas jejaring sosial lainnya. Selain itu pengguna Instagram dapat menambahkan *caption* pada setiap postingan foto maupun video yang diunggah. Para pengguna Instagram ini juga dapat berinteraksi dengan memberikan komentar atau memberikan tanggapan suka terhadap suatu postingan foto maupun video yang dibagikan. Fitur yang disediakan oleh Instagram ini dapat dinikmati apabila terhubung dengan koneksi internet. Instagram ini didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dimana platform media sosial Instagram pertama kali lahir dari sebuah perusahaan bernama Burbn Inc pada tanggal 6 Oktober 2010 yang saat ini menjabat sebagai CEO dari Instagram. (<https://www.liputan6.com>, diakses pada 26 November 2021).

Sekarang ini Instagram sebagai platform media sosial dapat dimanfaatkan untuk menjadi tempat untuk berbagi informasi berita tanpa perlu membuka portal berita seperti *website*. Instagram dapat membagikan berita yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat melalui foto dan video yang diunggah. Instagram mempermudah para penggunanya untuk mengakses informasi apa saja, seperti informasi seputar hiburan, kesehatan, berita, film, dan lain sebagainya. Para pengguna Instagram hanya perlu mengikuti dengan cara mem-*follow* akun terkait informasi yang diinginkan, sehingga informasi tersebut akan muncul pada beranda Instagram. Istilah *followers* dan *following* digunakan oleh Instagram sebagai sistem pertemanan. Masyarakat juga dapat mengetahui informasi seputar kota tempat tinggal yang menyajikan berbagai informasi yang terjadi di kota tersebut secara berkala. Salah satu kota yang memanfaatkan Instagram sebagai tempat untuk berbagi informasi yaitu Kota Serang. Instagram yang dibuat berisikan informasi seputar kuliner tempat wisata dan akun informatif yang terdapat di Kota Serang.

Kota-kota yang menjadi tempat wisata yang banyak dikunjungi oleh masyarakat dari luar kota tentunya memiliki ciri khas sehingga menjadi daya wisatawan untuk mengunjungi, salah satunya ialah Kota Serang. Kota Serang merupakan ibu kota dari Provinsi Banten, Kota Serang memiliki tempat wisata dan tempat kuliner yang banyak dikenali oleh masyarakat luar kota. Meskipun banyak tempat wisata dan kuliner yang berada di Kota Serang, tetapi belum semua diketahui oleh para wisatawan yang berkunjung ke Kota Serang. Hal tersebut membuat adanya potensi yang baik untuk memperkenalkan wisata dan kuliner lebih jauh yang terdapat di Kota Serang, sehingga informasi mengenai Kota Serang. Sehingga, potensi yang dimiliki oleh Kota Serang dimanfaatkan oleh sebagian orang yang berbentuk komunitas untuk membuat akun media sosial berupa Instagram yang membahas mengenai Kota Serang, sehingga dapat memudahkan masyarakat atau para wisatawan untuk mendapatkan informasi mengenai Kota Serang.

Akun Instagram yang mempromosikan mengenai kuliner di Kota Serang antara lain @jajanserang, @serangfoodjourney, @serangfood, @serangfoodstories. Akun-akun Instagram tersebut berisikan informasi mengenai referensi tempat kuliner yang berada di kota Serang. Kemudian adapun akun Instagram yang memberikan informasi

mengenai tempat wisata di Kota Serang diantaranya @explore_serang, @wowbanten, @exploreserang, @visitbanten. Keempat akun Instagram tersebut memberikan referensi mengenai tempat destinasi wisata yang berada di Serang yang dapat dikunjungi oleh masyarakat. Selain mengenai kuliner dan juga tempat wisata terdapat juga akun Instagram lainnya yang berisikan informasi lengkap yang mencakup beberapa hal seperti mengenai informasi lalu lintas terkini, cuaca, kuliner, tempat wisata hingga keluhan masyarakat yang ada di Kota Serang, akun Instagram tersebut antara lain @infoserang, @serang.id, @wongserang, @aboutserang.

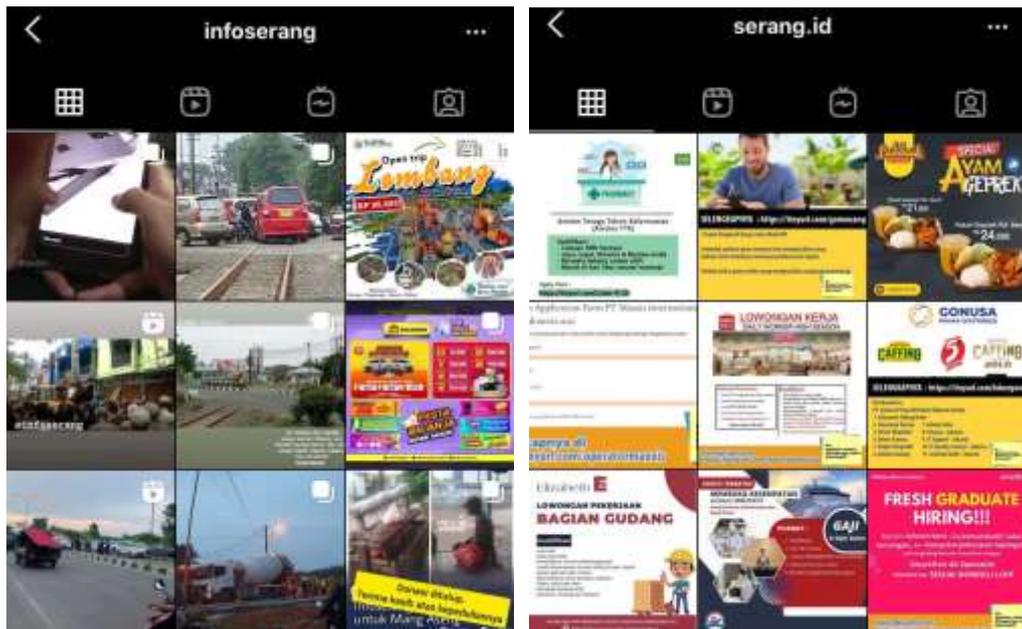
Berdasarkan observasi pra-penelitian dilakukan oleh peneliti melalui akun Instagram @infoserang, dapat diketahui bahwa kebutuhan informasi terbesar yang paling sering dicari oleh masyarakat adalah akun Instagram yang memberikan informasi umum dan informatif mengenai lalu lintas terkini, cuaca dan keluhan masyarakat yang ada di Kota Serang. Maka dari itu peneliti memilih akun Instagram @infoserang yang memberikan informasi secara lengkap seputar Kota Serang. Pada akun tersebut juga memiliki jumlah pengikut paling tinggi diantara akun Instagram lainnya. Berikut data akun Instagram dan jumlah pengikut akun Instagram yang menginformasikan secara umum mengenai Kota Serang pada tabel berikut ini:

Tabel 1
Data Jumlah Pengikut Akun Instagram Informasi Umum Kota Serang, November 2021

No	Nama Akun Instagram	Jumlah Followers
1	@infoserang	333 ribu followers
2	@serang.id	79,5 ribu followers
3	@wongserang	51,9 ribu followers
4	@aboutserang	27,7 ribu followers

Sumber: Data Olahan Peneliti, 26 November 2021

Dari data tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa akun Instagram @infoserang memiliki jumlah *followers* dengan jumlah tertinggi dibandingkan dengan akun Instagram lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa akun Instagram @infoserang lebih menarik perhatian dikalangan masyarakat khususnya Kota Serang untuk mencari informasi seputar Kota Serang melalui media sosial instagram. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk memilih akun Instagram @infoserang untuk meneliti bagaimana efektivitas akun Instagram @infoserang dalam memenuhi kebutuhan informasi *followers*.



Gambar 2

Perbandingan Akun @infoserang Akun Lain

Sumber: Instagram @infoserang dan @serang.id, 27 November 2021

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa akun instagram @infoserang cenderung lebih aktif memposting mengenai berita yang aktual seperti informasi mengenai lalu lintas, bencana, kehilangan yang terjadi di Kota Serang. Adanya informasi mengenai kehilangan barang yang ditemukan oleh beberapa masyarakat juga dapat membantu untuk menemukan barang yang hilang jika diposting melalui Instagram @infoserang. Hal tersebut tentunya sangat memberikan manfaat bagi masyarakat Kota Serang khususnya bagi followers @infoserang. Dengan adanya akun Instagram @infoserang yang lebih fokus memberi informasi mengenai info lalu lintas, bencana dan kehilangan, maka masyarakat dapat lebih bersiaga untuk menghindari hal yang tidak diinginkan seperti kemacetan di beberapa titik tertentu atau kejadian lainnya. Sedangkan akun lainnya lebih fokus mengenai informasi seputar lowongan pekerjaan di daerah Kota Serang. Penyajian konten Instagram serta pemberitahuan informasi yang menarik tentunya menjadi daya tarik bagi para audiens untuk mengikuti akun Instagram. Hal ini menjadi alasan mengapa @infoserang memiliki jumlah *followers* sebanyak 333 ribu *followers* lebih banyak dari akun Instagram lainnya seperti akun Instagram @serang.id, @wongserang dan @aboutserang yang juga membahas mengenai informas seputar Kota Serang.



Gambar 3

Akun Instagram @infoserang

Sumber: Instagram @infoserang, diakses pada 28 Maret 2022

Akun Instagram @infoserang adalah sebuah akun media sosial yang dimanfaatkan sebagai tempat untuk memberikan informasi yang aktual mengenai kemacetan lalu lintas, bencana alam, kehilangan, tempat wisata, tempat kuliner, dan info lainnya seputar wilayah Kota Serang. Akun Instagram @infoserang ini dibuat pertama kali pada tanggal 12 Desember 2012. (<https://instagram.com/infoserang>, diakses pada tanggal 27 November 2021). Dengan adanya akun Instagram @infoserang yang mengunggah mengenai informasi umum di Kota Serang hal ini dapat mempermudah masyarakat Kota Serang untuk mendapatkan informasi yang aktual. Masyarakat Kota Serang juga dapat mengirimkan berita kehilangan melalui *direct message* (DM) pada akun Instagram @infoserang, dan kemudian oleh akun @infoserang dapat dipilih lalu di-*posting* kembali untuk dibagikan kepada para *followers*.

Hal yang membuat peneliti tertarik untuk memilih akun Instagram @infoserang sebagai subjek penelitian ini karena berdasarkan observasi pra-penelitian (dengan cara bertanya melalui secara acak kepada beberapa pengikut akun Instagram @infoserang) oleh peneliti, dilihat bahwa akun @infoserang memiliki beberapa kelebihan dibandingkan akun sejenis lainnya. Dari empat akun Instagram informatif lainnya yaitu @serang.id, @wongserang dan @aboutserang, akun Instagram @infoserang dilihat lebih aktif berinteraksi dengan para *followers*. Interaksi yang aktif ini tentunya dapat menarik perhatian para *followers* @infoserang karena adanya *feedback* antara *followers* Instagram dengan akun @infoserang.

Adapun alasan lainnya yang ditemui oleh peneliti yang menjadi kelebihan akun Instagram @infoserang dibandingkan dengan tiga akun Instagram informatif lainnya yaitu @infoserang dilihat lebih intens dalam memposting mengenai informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat Kota Serang khususnya kepada *followers* akun Instagram @infoserang. Akun Instagram @infoserang lebih intens memposting informasi mengenai keluhan yang disampaikan oleh warga Kota Serang, selain itu mengenai cuaca harian, bencana alam yang terjadi di berbagai wilayah di Kota Serang, kemacetan, hingga informasi kehilangan di daerah Kota Serang. Peneliti menjadikan akun instagram @infoserang sebagai subjek karena akun instagram @infoserang memiliki jumlah followers sebanyak 333 ribu (pertanggal 27 November 2021) yang merupakan pemilik pengikut akun instagram informatif terbanyak dibandingkan akun instagram sejenis lainnya, sehingga dapat lebih menarik perhatian para *followers* untuk mendapatkan informasi *terupdate* dari akun instagram @infoserang.

Efektivitas Akun Instagram @Infoserang dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers

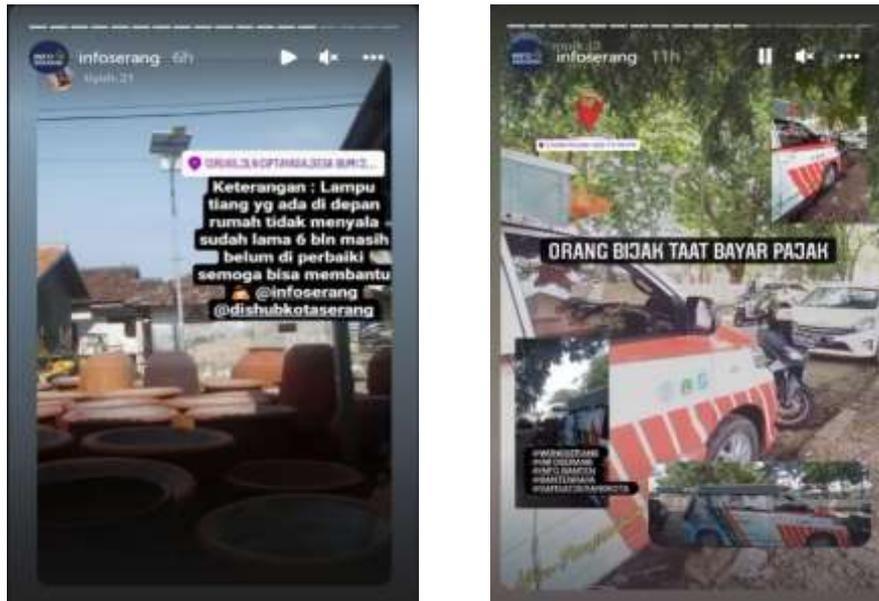


Gambar 4

Contoh Posting-an Instagram @Infoserang

(Sumber: Instagram @infoserang, diakses pada tanggal 27 November 2021)

Akun instagram @infoserang tidak hanya memberikan informasi mengenai lalu lintas yang terjadi di Kota Serang tetapi akun ini juga aktif dalam memberikan informasi berita kehilangan, keluhan masyarakat, informasi cuaca terkini dan juga informasi terkait kuliner dan tempat wisata yang berada di Kota Serang beserta promosi harga yang menarik. Akun instagram @infoserang juga terhubung dengan masyarakat khususnya para pengikut akun instagram @infoserang untuk mendapatkan informasi lebih mengenai apa saja yang terjadi di sekitar Kota Serang melalui Instagram *Story* dengan cara memberi *tag* atau tanda pada *posting-an Instagram Story*.



Gambar 5

Contoh Posting-an Interaksi pada Instagram Story @Infoserang

(Sumber: Instagram @infoserang, diakses pada tanggal 27 November 2021)

Dengan adanya *posting-an* pada akun instagram @infoserang diatas, para netizen dapat mengetahui informasi mengenai seputar info lalu lintas, bencana, kehilangan barang, dan lain sebagainya yang terjadi, informasi yang diberikan tidak hanya meliputi daerah pusat kota saja tetapi hampir semua titik wilayah yang berada di Kota Serang. Masyarakat Kota Serang akan dengan mudah mengetahui informasi mengenai titik wilayah di Kota Serang yang sedang mengalami kemacetan, atau bahkan terjadinya bencana. Informasi yang dibutuhkan oleh *followers* Instagram akan mudah didapatkan melalui media sosial instagram khususnya akun instagram @infoserang.

Menurut (Martoyo, 2007) ketika hendak mencapai sebuah tujuan dalam efektivitas hal yang harus diperhatikan adalah bagaimana ketepatan dalam memilih sarana dan memaksimalkan peralatan yang akan dipergunakan serta memiliki kemampuan yang tepat dalam mempergunakannya. Ketika kiat-kiat yang dilakukan dengan sangat tepat dan akurat tentunya hal tersebut akan melahirkan sebuah kepuasan dalam pencapaian yang diinginkan. Sarana dan peralatan yang digunakan oleh akun @infoserang adalah media sosial dalam menyampaikan informasi yang digunakan sebagai pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Komunikasi yang efektif secara sederhana adalah komunikasi dimana komunikator berhasil dalam menyampaikan maksud dari isi pesannya (Tubss & Moss, 2008). Dalam hal itu yang berperan sebagai komunikator yaitu akun instagram @infoserang dan yang berperan sebagai komunikan (penerima pesan) adalah *followers* akun Instagram @infoserang. Pesan yang diberikan oleh Instagram @infoserang harus jelas dan akurat agar dapat dengan mudah dipahami oleh *followers*. Atas dasar kemudahan-kemudahan yang terdapat dalam media sosial instagram khususnya, hal menjadikan Instagram sebagai salah satu pilihan utama para pengguna internet dalam

menggunakan dan mencari informasi yang mereka butuhkan. Hal ini disebabkan karena pada media sosial Instagram seseorang akan menerima informasi-informasi yang tertarik bagi mereka untuk dikonsumsi sesuai dengan akun – akun yang diikuti.

Dengan adanya seluruh penjelasan diatas yang telah peneliti jabarkan maka peneliti ingin mengetahui seberapa efektif akun instagram @infoSerang dalam memenuhi kebutuhan *followers* mengenai informasi seputar Kota Serang. Oleh karena itu peneliti membuat judul dengan penelitian “Efektivitas Penggunaan Akun Instagram @infoSerang Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*.”

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif deskriptif, penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai penelitian dengan data berupa angka-angka dan analisis data menggunakan data statistik. Metode penelitian kuantitatif juga dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada suatu populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan (Sugiyono, 2009:8). Subana dan Sudrajat (2015:25) memaparkan bahwa ciri-ciri penelitian kuantitatif yaitu digunakan untuk menguji teori menyajikan fakta atau mendeskripsikan statistik, menjelaskan hubungan antar variabel, bersifat mengembangkan konsep, menyajikan proposal yang bersifat lengkap, rinci dan memiliki hipotesis.

Penelitian deskriptif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berusaha untuk menggambarkan objek atau subjek yang diteliti secara objektif dan bertujuan menggambarkan fakta secara sistematis dan karakteristik objek serta frekuensi yang diteliti secara tepat (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018). Prosedur pemecahan masalah pada metode penelitian deskriptif adalah dengan cara menggambarkan objek penelitian pada saat keadaan sekarang berdasarkan fakta-fakta sebagaimana adanya, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan Siregar (2013:107). Peneliti ingin mencari tahu serta menjelaskan secara detail mengenai hubungan dari efektivitas media sosial instagram @infoSerang terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers.

Penelitian ini menggunakan bentuk analisa data berupa angket yaitu kuesioner yang berupa daftar pertanyaan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah sampel lacak yang menjadi responden dalam penelitian ini. Hasil dari kuesioner akan disajikan dengan data statistik dan dianalisis. Penyebaran kuesioner ini dilakukan untuk memperkuat data penelitian serta mendapatkan data-data guna untuk memecahkan suatu masalah.

Hasil dan Pembahasan

Pengaruh Efektivitas Akun Instagram @infoSerang dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*

Terdapat hubungan yang kuat antara Efektivitas Komunikasi dengan Kebutuhan informasi sebesar 0,803. Besarnya pengaruh efektivitas akun Instagram @infoserang dalam pemenuhan kebutuhan informasi *followers* sebesar 64,4%. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas tersebut yaitu antara lain meliputi kecepatan penyebaran berita, seberapa akurat berita, kejelasan berita, dan memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan *followers*-nya mengenai Kota Serang.

Seperti yang dipaparkan oleh Martoyo dalam Ramdhana (2021: 17) bahwa efektivitas merupakan sebuah keadaan dimana tujuan yang ingin dicapai dipilih, sarana atau peralatan yang dipergunakan, dan kemampuan yang dimilikinya sesuai sehingga dapat mencapai hasil yang memuaskan. Kemudian, adapun menurut Tubbs dan Moss (2008) bahwa terdapat lima aspek yang dapat menjadi tolak ukur untuk komunikasi efektif, lima aspek tersebut diantaranya pemahaman, kesenangan, mempengaruhi sikap, hubungan sosial yang baik, dan tindakan. Dalam penyebaran kuesioner adapun hasil yang didapatkan berdasarkan 11 item pertanyaan yang diteliti bahwa efektivitas akun dikatakan baik dengan presentase 79%, hal ini mengindikasikan bahwa efektivitas akun dinilai sudah tinggi. Pernyataan dengan presentase tertinggi adalah akun Instagram @infoserang memberikan informasi berdasarkan apa yang dibutuhkan oleh *followers*.

Selain memberikan informasi yang diberikan oleh akun Instagram @infoserang berdasarkan apa yang dibutuhkan oleh *followers*, terdapat juga item lain yang juga membuat akun instagram @infoserang menjadi sumber berita yang efektif seperti informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @infoserang akurat dan sesuai dengan fakta, bahasa yang mudah dipahami dalam penyampaian informasi, dan memudahkan *followers* dalam memahami isi pesan yang disampaikan dan bersifat informatif. seperti yang terdapat dalam tinjauan teori bahwa efektivitas merupakan keadaan dimana tujuan yang ingin dicapai dipilih, sarana atau peralatan yang digunakan, hal ini dapat diartikan bahwa Instagram dapat menjadi sarana atau peralatan yang digunakan oleh akun instagram @infoserang dalam dalam menyebarkan informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi *followers*. Dalam hal ini *followers* lebih memilih akun Instagram @infoserang sebagai akun referensi dalam mencari informasi seputar Kota Serang karena *followers* merasa bahwa akun instagram @infoserang memberikan informasi yang lengkap, bervariasi, serta singkat, padat, dan jelas dalam menyampaikan informasi. Oleh karena itu, maka berita yang disampaikan oleh akun instagram @infoserang sudah memenuhi kebutuhan informasi *followers* dan sesuai dengan hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada responden.

Hubungan dari efektivitas sangat mempengaruhi terpenuhinya kebutuhan informasi *followers*. Akun Instagram @infoserang berdasarkan hasil kuesioner terbukti sudah mampu dalam memenuhi kebutuhan informasi *followers*-nya. Adapun dalam penyebaran kuesioner yang didapatkan berdasarkan 9 item pertanyaan yang diteliti responden setuju bahwa akun instagram @infoserang memenuhi kebutuhan informasi dengan presentase sebesar 81,4%. Dengan item Akun instagram @infoserang memberikan informasi yang terbaru mengenai Kota Serang sebesar 81,5%.

Selain kecepatan akun instagram @infoSerang dalam menyampaikan informasi kepada *followers*, terdapat juga item-item lain yang dapat menguatkan bukti tersebut seperti akun instagram @infoSerang memberikan informasi secara rutin mengenai Kota Serang, serta akun instagram @infoSerang juga memberikan informasi yang jelas seputar Kota Serang.

Variabel Efektivitas

a. Sub Variabel Pemahaman

Pada sub-variabel pemahaman mendapatkan presentase skor sebesar 79,5%. Jika dilihat dari garis kontinum pada gambar 4.2 dapat diketahui bahwa skor tersebut berada pada kategori efektif. Menurut Tubbs dan Moss (2008), komunikasi yang efektif secara sederhana adalah komunikasi dimana komunikator berhasil dalam menyampaikan maksud dari isi pesannya. Dalam hal ini akun Instagram @infoSerang berhasil menyampaikan pesan sesuai yang dibutuhkan oleh *followers*-nya secara jelas, akurat, sesuai dengan fakta, bahasa yang mudah dipahami oleh *followers*, dan isi pesan yang informatif sehingga *followers* dapat dengan mudah memahami, dan menerima pesan yang disampaikan *followers*. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa ketika *followers* dapat memahami isi pesan yang disampaikan oleh akun instagram @infoSerang maka kebutuhan informasi akan terpenuhi.

b. Sub Variabel Kesenangan

Menurut Tubbs dan Moss (2008), jika komunikator senang mengirimkan informasi kepada komunikan dan komunikan merasa senang menerima pesan oleh komunikator. Pada Sub-Variabel Kesenangan didapatkan presentase skor sebesar 78,25% dan garis kontinum terletak dikategori efektif. Sebagian besar dari responden setuju dengan pernyataan bahwa semua informasi yang diberikan oleh akun Instagram @infoSerang membuat responden merasa senang ketika menerima informasi dan membacanya. Hal ini diartikan bahwa akun instagram @infoSerang bukan hanya tentang memberikan informasi yang serius seperti bencana, kemacetan yang terjadi, tetapi juga memberikan informasi yang ringan seperti tempat wisata, tempat makan yang enak dan terkenal di Kota Serang dan masih banyak informasi yang bervariasi. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa akun instagram @infoSerang sudah efektif dalam menyampaikan informasi untuk memenuhi kebutuhan *followers*.

c. Sub Variabel Mempengaruhi Sikap

Menurut Tubbs dan Moss (2008) komunikator berupaya untuk memberikan rangsangan untuk mempengaruhi sikap kepada komunikan agar komunikan dapat menangkap dan memahami isi pesan yang disampaikan oleh komunikator. Pada Sub – Variabel Mempengaruhi Sikap didapatkan presentase skor sebesar 82,125% dan garis kontinum terletak dikategori sangat efektif. Sebagian besar responden setuju bahwa *followers* merasa terbantu ketika membaca informasi melalui akun instagram @infoSerang dan memudahkan *followers* untuk mendapatkan informasi melalui akun Instagram @infoSerang mengenai Kota Serang. Hal ini dapat dikatakan bahwa *followers* menjadi kurang peduli secara langsung terhadap Kota Serang karena

hanya dengan melalui akun Instagram @infoserang *followers* mendapatkan informasi mengenai apa yang terjadi di Kota Serang.

d. Sub Variabel Hubungan Sosial yang Baik

Pada sub-variabel hubungan sosial yang baik mendapatkan presentase skor sebesar 76%. Dapat diketahui pada garis kontinum bahwa skor tersebut berada pada kategori efektif. Menurut Tubbs dan Moss (2008) hubungan kepercayaan yang baik dimiliki oleh komunikator kepada komunikator. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa akun instagram @infoserang mencoba membangun kepercayaan dengan cara merespon dengan baik dan cepat kepada *followers* untuk dapat memberikan informasi. Untuk menjalin hubungan yang baik dengan *followers* maka akun instagram @infoserang berupaya untuk selalu berinteraksi dengan *followers* melalui kolom komentar, dan juga memanfaatkan fitur direct messages pada Instagram.

e. Sub Variabel Tindakan

Pada sub-variabel tindakan mendapatkan presentase skor sebesar 81,5%. Jika dilihat dari garis kontinum diketahui bahwa skor tersebut berada dalam kategori sangat efektif. Menurut Tubbs dan Moss (2008) tindakan terjadi jika komunikator memberikan respon yang sesuai dengan dengan apa yang diharapkan komunikator. Komunikator harus dapat memudahkan penerima pesan, meyakinkan penerima pesan bahwa memiliki tujuan dan mempertahankan hubungan yang baik dengan penerima pesan. Sebagian responden setuju bahwa akun instagram @infoserang memberikan informasi yang jelas, informatif, kepada *followers* setiap harinya. Akun instagram @infoserang juga memberikan respon yang baik terhadap para *followersnya*, dengan cara tersebut *followers* lebih senang dan lebih percaya memilih akun instagram @infoserang dibandingkan akun lain sebagai sumber utama untuk mendapatkan informasi seputar Kota Serang.

Variabel Kebutuhan Informasi

Adapun tujuan dari adanya akun instagram @infoserang dan akun sejenisnya yang memberikan informasi yang sama adalah untuk memenuhi kebutuhan para *followersnya* mengenai Kota Serang. Kemudian dilanjutkan dengan hasil riset yang telah dilakukan, ditemui jenis-jenis berita yang terdapat pada akun instagram @infoserang yaitu diantaranya adalah mengenai informasi lalu lintas, cuaca terkini, informasi terkait kuliner dan juga aktif dalam memberikan informasi terkait berita kehilangan, dan keluhan masyarakat Kota Serang. Kemudian diketahui berdasarkan kuesioner yang telah disebarkan kepada responden khususnya *followers* akun instagram @infoserang bahwa sebagian responden menjawab kebutuhan informasi yang paling dibutuhkan dari akun instagram @infoserang yaitu mengenai info lalu lintas, cuaca terkini dan info kehilangan yang terjadi di Kota Serang

Pada kuesioner yang telah dibagikan tersebut juga responden memberikan alasan mengapa mengikuti akun instagram @infoserang yakni agar mendapatkan referensi informasi terbaru mengenai apa yang terjadi di Kota Serang khususnya bagi masyarakat Kota Serang dan juga masyarakat yang baru saja menempatkan Kota Serang sebagai tempat tinggal seperti pendatang baru yang membutuhkan informasi seputar Kota

Serang. Kemudian responden juga menjelaskan bahwa dengan adanya akun instagram @infoSerang dapat mempermudah mengetahui informasi tentang Kota Serang secara cepat mengenai lalu lintas, ataupun cuaca terkini serta informasi kehilangan yang sedang terjadi.

a. Sub Variabel *Current Need Approach*

Pada sub variabel *Current Need Approach* didapatkan presentase skor sebesar 80,5% dan garis kontinum terletak pada kategori efektif. Data tersebut menunjukkan bahwa akun instagram @infoSerang dibutuhkan oleh *followers* dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Menurut Guha (dalam Anugera dan Putera, 2020). *current need approach* yaitu pendekatan kepada kebutuhan pengguna informasi yang bersifat mutakhir. Dalam hal ini, akun instagram @infoSerang sudah sangat baik dalam memberikan informasi terbaru kepada *followers* untuk memenuhi kebutuhan informasi yang diinginkan. Akun instagram @infoSerang juga memberikan *feedback* berupa balasan melalui kolom komentar dan fitur *direct messages* instagram mengenai suatu topik atau informasi yang belum dipahami oleh para *followers*. Seluruh informasi yang dibagikan oleh akun instagram @infoSerang mayoritas berasal dari netizen yang mengirimkan informasi mengenai suatu tempat kejadian kepada akun intstagram @infoSerang sehingga informasi yang didapatkan merupakan informasi yang akurat.

b. Sub Variabel *Everyday Need Approach*

Pada sub variabel *Everyday Need Approach* didapatkan presentase skor sebesar 82,4% dan garis kontinum terletak pada kategori sangat efektif. Menurut Guha (dalam Anugera dan Putera, 2020). *everyday need approach* adalah pendekatan terhadap kebutuhan penggunaan yang bersifat spesifik dan cepat. Dalam hal ini data tersebut menunjukkan bahwa akun Instagram @infoSerang sudah sangat baik dalam memberikan informasi setiap harinya. Akun instagram @infoSerang membagikan informasi mengenai Kota Serang secara rutin untuk memenuhi kebutuhan informasi *followers*. Melalui postingan yang diunggah setiap hari, hal ini juga membuat akun instagram @infoSerang secara cepat memberikan informasi yang berasal dari netizen sehingga akun instagram @infoSerang sudah sangat efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi *followers*.

c. Sub Variabel *Exhaustic Need Approach*

Pada Sub varibael *Exhaustic Need Approach* didapatkan presentase skor sebesar 81,25% dan garis kontinum terletak pada kategori sangat efektif. Dari data tersebut menunjukkan bahwa akun instagram @infoSerang sudah sangat baik dalam memberikan informasi yang mendalam kepada *followers* mengenai Kota Serang. Menurut Guha (dalam Anugera dan Putera, 2020). *exhaustic need approach* yaitu pendekatan terhadap kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam, sehingga pengguna informasi mempunyai ketergantungan tinggi pada informasi yang dibutuhkan secara relevan. Melalui postingan akun instagram @infoSerang yang memberikan informasi secara jelas dan detail mengenai peristiwa yang terjadi di

Kota Serang, sehingga akun Instagram @infoserang sudah sangat efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi *followers*.

d. Sub Variabel *Catching-Up Need Approach*

Pada sub variabel *Catching-Up Need Approach* didapatkan presentase skor sebesar 81,25% dan garis kontinum terletak pada kategori sangat efektif. Menurut Guha (dalam Anugera dan Putera, 2020). *catching up need approach* yaitu pendekatan terhadap pengguna akan informasi yang ringkas, tetapi lengkap, khususnya mengenai perkembangan suatu objek yang diperlukan. Dalam hal ini data tersebut menunjukkan bahwa akun instagram @infoserang sudah sangat baik dalam memberikan informasi secara singkat, padat, dan sesuai kebutuhan kepada *followers*. Informasi yang diberikan oleh akun instagram @infoserang juga disajikan secara ringkas namun tetap lengkap melalui caption pada postingan yang diunggah, sehingga akun instagram @infoserang sudah sangat efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi *followers*.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang dipaparkan telah terdistribusi normal, mendekati normal, atau tidak berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal ataupun mendekati normal. Untuk melakukan uji normalitas maka dilakukan dengan tes *Kolmogrov-Smirnov* koreksi *Lilliefors*. Uji ini dibantu dengan menggunakan bantuan *software IBM SPSS 26*, maka diperoleh hasil data sebagai berikut:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.48629358
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.035
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

Gambar 6
Hasil Uji Normalitas
 (Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2022)

Analisis kenormalan menggunakan metode *Kolmogrov-Smirnov* memiliki syarat kurva normal apabila *Asymp.Sig* berada diatas batas *maximum error*, yaitu 0,05. Jika dilihat dari hasil perhitungan *Software IBM SPSS* diatas, maka data tersebut dapat digunakan karena variabel residu berdistribusi normal.

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk mencari tahu mengenai Efektivitas Akun Instagram @infoserang dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*, maka peneliti menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan model sebagai berikut:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.284	1.823		3.996	.000
	Efektivitas Akun Instagram	.659	.049	.803	13.326	.000

a. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Gambar 7
Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

(Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2022)

Dari output data IBM SPSS 26 diatas, maka diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$Y = 7,284 + 0,659 X$$

Nilai konstanta a memiliki arti bahwa Efektivitas Akun Instagram @infoserang (X) bernilai nol atau Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) tidak dipengaruhi oleh Efektivitas Akun Instagram @infoserang, maka didapatkan rata-rata Pemenuhan Kebutuhan Informasi bernilai 7,284. Kemudian koefisien regresi b memiliki arti bahwa jika variabel Efektivitas Akun Instagram @infoserang (X) meningkat sebesar satu satuan, maka Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) Followers akan meningkat sebesar 0,659. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa Efektivitas Akun Instagram @infoserang memberikan pengaruh positif terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. Semakin tinggi atau kuat efektivitas akun Instagram @infoserang, maka semakin meningkat pemenuhan kebutuhan informasi followers.

Analisis Korelasi

Untuk mengetahui hubungan antara variabel Efektivitas Akun Instagram dengan variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi, digunakan analisis korelasi Pearson. Berikut dibawah ini adalah hasil pengolahan software IBM SPSS 26 untuk koefisien korelasi mengenai hubungan antara Efektivitas Akun Instagram dengan Kebutuhan Informasi.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.803 ^a	.644	.641	3.50404

a. Predictors: (Constant), Efektivitas Akun Instagram
 b. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Gambar 8
Hasil Analisis Korelasi
 (Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2022)

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,803 yang dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara Efektivitas Akun Instagram dengan Kebutuhan Informasi.

Uji Hipotesis (Uji T)

Uji T bertujuan untuk melakukan uji hipotesis penelitian, yaitu untuk melihat apakah variabel Efektivitas Akun Instagram berpengaruh signifikan terhadap variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Pengambilan keputusan Uji T adalah apabila nilai Sig. <0.05 maka H1 diterima dan H0 ditolak atau dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan. Sedangkan apabila nilai Sig. >0.05 maka H1 ditolak dan H0 diterima atau dapat dikatakan tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Berikut hasil Uji T menggunakan bantuan *software IBM SPSS 26*:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.284	1.823		3.996	.000
	Efektivitas Akun Instagram	.659	.049	.803	13.326	.000

a. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Gambar 9
Hasil Uji Hipotesis
 (Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2022)

H_0 : Artinya, Efektivitas Akun Instagram @infoserang tidak berpengaruh signifikan terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*.

H_1 : Artinya, Efektivitas Akun Instagram @infoserang berpengaruh signifikan terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*.

Dengan $\alpha = 5\%$ dan $dk = 100 - 2 = 98$, maka diperoleh hasil nilai t tabel sebesar ± 1.660 .

Berdasarkan tabel hasil Uji T diatas, diketahui nilai thitung sebesar 13.448 dan ttabel 1.660. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat diperoleh nilai thitung (13.448) > ttabel (1.660), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa

artinya, efektivitas akun instagram @infoserang berpengaruh dalam pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi bertujuan untuk melihat presentase variabel dependen yang dapat diprediksi oleh variabel independen. Berikut hasil Uji Koefisien Determinasi dengan melihat R^2 menggunakan *software IBM SPSS 26*:

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.803 ^a	.644	.641	3.50404

a. Predictors: (Constant), Efektivitas Akun Instagram
b. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Gambar 10
Hasil Koefisien Determinasi
(Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2022)

Besarnya pengaruh Efektivitas Akun Instagram @infoserang dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* ditunjukkan oleh koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= r^2 \times 100\% \\ &= (0,803^2) \times 100\% \\ &= 64,4\% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tabel Uji Koefisien Determinasi, diketahui hasil R^2 sebesar 0.644 atau atau 64,4%. Hal ini menunjukkan bahwa Efektivitas Akun Instagram @infoserang memberikan pengaruh sebesar 64,4% dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*, sedangkan sisanya sebesar 35.6% Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian.

Kesimpulan

Berdasarkan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Efektivitas Akun Instagram @infoserang dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers, maka diperoleh kesimpulan yang didapat oleh peneliti yaitu sebagai berikut: 1). Berdasarkan hasil perhitungan pada variabel X mengenai Efektivitas Akun Instagram memperoleh total skor sebesar 3516 dan menghasilkan presentase skor sebesar 79,9%. Sedangkan pada variabel Y memperoleh total skor sebesar 2933 dan menghasilkan presentase skor sebesar 81,4%. Jika dilihat berdasarkan pada garis kontinum, kedua variabel terletak pada kategori efektif sehingga dapat dikatakan bahwa akun Instagram @infoserang sudah efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi followers. Hal ini dapat dinyatakan bahwa informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @infoserang telah tersampaikan dengan baik kepada *followers*. Dari hasil

pengolahan uji t, dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 13.448. Dapat dilihat bahwa hasil nilai t hitung ($13.448 > t \text{ tabel } (1.660)$) maka ditolak, artinya efektivitas akun Instagram @infoserang berpengaruh dalam pemenuhan kebutuhan informasi followers. Berdasarkan dari kedua hasil perhitungan diatas, dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @infoserang sudah efektif dalam pemenuhan kebutuhan informasi followers. Hal ini memiliki arti bahwa Instagram sebagai salah satu media sosial yang efektif untuk digunakan memenuhi kebutuhan informasi. 2). Pengaruh efektivitas akun Instagram @infoserang memiliki pengaruh yang positif. Hubungan antara variabel efektivitas akun Instagram dan variabel kebutuhan informasi adalah kuat. Hal ini dinyatakan melalui nilai koefisien korelasi dengan nilai sebesar 0,803. Hasil nilai tersebut mengartikan bahwa jika variabel Efektivitas Akun Instagram @infoserang (X) meningkat sebesar satu satuan, maka Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) Followers akan meningkat sebesar 0,803. Dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara Efektivitas Akun Instagram dengan Kebutuhan Informasi. Semakin tinggi atau kuat efektivitas akun Instagram @infoserang, maka semakin meningkat pemenuhan kebutuhan informasi followers. Berdasarkan hasil perhitungan analisis koefisien determinasi efektivitas akun Instagram memiliki pengaruh sebesar 64,4% terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. Sehingga, Pemahaman, Kesenangan, Mempengaruhi Sikap, Hubungan Sosial yang Baik, dan Tindakan memberikan pengaruh sebesar 64,4% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Sedangkan sisanya sebesar 35,6% merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti.

BIBLIOGRAFI

- Flew, Terry. (2002). *New Media: An Introduction*. New York: New York: Oxford University Press. [Google Scholar](#)
- Gabriela, Shania. (2021). *Aktivitas content creator PT. Mahija Abhita Perdana dalam meningkatkan brand awareness di instagram= Activity of the content creator in PT. Mahija Abhita Perdana in improving brand awareness in instagram*. [Google Scholar](#)
- Liliwari, Alo. (2015). *Komunikasi antarpersonal*. Jakarta: Prenadamedia Group. [Google Scholar](#)
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. [Google Scholar](#)
- Nuryanto, Hery. (2012). *Sejarah Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. <https://doi.org/9> [Google Scholar](#)
- Rifai, Agus. (2016). *Peran Pustakawan Intermediary dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pemakai*. Vol. 4, No, 14. [Google Scholar](#)

Copyright holder:

Helen Nadya Saraswati, Idola Perdini Putri, Almira Shabrina (2022)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

