

**PENGARUH TERPAAN INFORMASI, KUALITAS INFORMASI DAN MOTIF  
PENGUNAAN MEDIA AKUN INSTAGRAM @ANAKMAGANG.ID  
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI LOWONGAN  
MAGANG BAGI FOLLOWERS**

<sup>1</sup>Ayuni Sandra Puspita  
<sup>2</sup>Sugiharti Binastuti  
<sup>3</sup>Mohamad Fuad

<sup>1</sup>Universitas Gunadarma, ayunisandra15@gmail.com

<sup>2</sup>Universitas Gunadarma, tuti@staff.gunadarma.ac.id

<sup>3</sup>Universitas Gunadarma, fuad@staff.gunadarma.ac.id

**ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh terpaan informasi, kualitas informasi dan motif penggunaan media dari followers akun instagram @anakmagang.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lowongan magang. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan paradigma positivisme. Sumber data yang digunakan adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner. Teori yang digunakan adalah teori uses and gratifications. Penentuan pengukuran sampel penelitian ini menggunakan rumus Taro Yamane dengan jumlah responden total 400. Hasil penelitian menunjukkan, variabel terpaan informasi, kualitas informasi dan motif penggunaan media berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dan mempunyai hubungan positif.*

*Kata Kunci: Terpaan Informasi, Kualitas Informasi, Motif Penggunaan Media, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Teori Uses and Gratifications, Lowongan Magang.*

**PENDAHULUAN**

Teknologi informasi dan komunikasi bukanlah hal yang asing di telinga masyarakat. Kini kemajuan teknologi informasi dan komunikasi tumbuh berdampingan dengan peradaban manusia, salah satu ciri adanya kemajuan teknologi informasi adalah dengan munculnya jaringan internet. Nasrullah (2016) menyatakan bahwa media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan penggunaannya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Dikutip dari Hootsuite Digital Report We Are Social pada data versi 2022 menunjukkan bahwa sebanyak 73,7% masyarakat Indonesia adalah pengguna internet dan 68,9%

diantaranya adalah pengguna media sosial. Hal ini meningkat dengan persentase sebanyak 7% dari survei yang dilakukan tahun lalu. Dalam fungsinya media sosial memiliki kegunaan yang berbeda sesuai dengan tujuannya, sebagai contoh media sosial Facebook biasanya menonjolkan untuk mencari teman dan menjalin komunitas, lalu media sosial Youtube yang berfungsi untuk membagikan momen berupa video dengan jangka waktu yang dapat diatur kapan saja serta media sosial Instagram yang berfokus pada pengambilan gambar maupun video. Menurut survei yang dilakukan oleh Hootsuite We Are Social pada Februari 2022 tertulis bahwa aplikasi Whatsapp, Instagram dan Facebook menempati peringkat 3 teratas sebagai platform aplikasi media sosial yang

paling banyak yang digunakan oleh masyarakat di Indonesia.

Instagram adalah salah satu aplikasi yang mudah untuk menjadi wadah penyebaran informasi, didukung dengan fitur visual seperti gambar dan video dan disertakan kolom komentar sebagai wadah interaksi membuat masyarakat tertarik memanfaatkan media sosial ini untuk mencari serta menyebarkan informasi. Instagram pertama kali dirilis pada 6 Oktober 2011 dengan perancang awal bernama Kevin Systrom dan Mike Krieger, aplikasi Instagram dapat digunakan pada smartphone baik Android maupun iOS dan diunduh melalui App Store serta Google Play. Pada tahun 2012, Facebook mengumumkan bahwa perusahaan itu setuju untuk mengambil alih Instagram. Fitur-fitur yang ada di Instagram meliputi tombol untuk mengunggah gambar, tanda suka, kolom komentar, pesan pribadi serta masih banyak lagi.

Akun [instagram @anakmagang.id](#) yang berisi konten informasi lowongan magang ini mengemas informasi berdasarkan lowongan perusahaan atau terkait yang membutuhkan tenaga kerja dengan latar belakang mahasiswa dengan ringkas berupa gambar atau video di seluruh Indonesia. Informasi lowongan magang yang diposting ada berbagai macam jenis mulai dari pekerjaan yang membutuhkan tenaga mahasiswa ekonomi, komunikasi, psikologi, informatika, dan lain sebagainya. Pada umumnya informasi yang dibagikan berisi tentang lowongan magang, disamping kemudahan penggunaan Instagram sebagai media informasi, akun [instagram @anakmagang.id](#) secara cepat memberikan terpaan informasi pada mahasiswa yang melihat kontennya tanpa batas ruang dan waktu. Pada era digital saat ini, semua aspek dan bidang bergerak lebih maju dan pesat. Persaingan dalam dunia tenaga

kerja pun semakin sengit sejalan dengan majunya teknologi saat ini, hal ini membuat banyak perusahaan membutuhkan tenaga kerja yang berkualitas dan berpengalaman. Maka dari itu, individu diharapkan untuk bisa memiliki kualitas diri yang sesuai dengan bidang dan kriteria perusahaan. Untuk menjadi seseorang yang ahli dalam bidangnya, mempelajari sebuah teori saja tidak cukup namun harus tetap diiringi dengan praktiknya.

Dilansir Badan Pusat Statistik (2022) tercatat penduduk dengan kelompok umur muda (15 – 24 tahun) merupakan kelompok dengan tingkat pengangguran terbuka (TPT) paling tinggi yaitu mencapai 17,08% sedangkan tingkat pengangguran terbuka (TPT) penduduk kelompok umur tua (60 tahun ke atas) merupakan yang paling rendah, yaitu sebesar 1,22 persen. Pengangguran terbuka adalah suatu kondisi ketika seseorang memiliki keinginan untuk bekerja, berpendidikan, tetapi tidak dapat menemukan pekerjaan. Melihat tingginya tingkat pengangguran terbuka pada kelompok umur muda tersebut, salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pemerintah Indonesia untuk membangun sumber daya manusia yang berkualitas adalah melalui lembaga pendidikan. Lembaga pendidikan bertugas untuk membentuk serta menyiapkan tenaga ahli, terampil, dan profesional. Untuk mempersiapkan tenaga ahli tersebut, lembaga pendidikan mengadakan program magang atau pelatihan kerja dalam mata pelajaran wajib yang harus diselesaikan oleh pelajar atau mahasiswa.

Penelitian Hassan (2022) menunjukkan bahwa terpaan informasi mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi. Penelitian lain yang dilakukan oleh Ramahananda (2022) menunjukkan bahwa Kualitas Informasi mempunyai pengaruh positif terhadap

kepuasan follower dalam memperoleh informasi. Hasil penelitian Rachman (2021) menunjukkan bahwa motif penggunaan media sosial memenuhi kebutuhan informasi.

### **Media Baru**

New media merupakan sebuah media yang sarana dimana terjadinya segala pertukaran informasi menggunakan teknologi internet dan melibatkan audiens agar berjalan nya pertukaran informasi menjadi lebih efektif. Menurut John Vivian (2008), keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola penyebaran pesan media tradisional, sifat internet yang bisa berinteraksi melewati batas geografis, kapasitas interaksi, dan yang terpenting bisa dilakukan secara *real time*.

Perbedaan antar media baru dan media lama adalah media baru memungkinkan terjadinya interaksi dari banyak pihak dalam satu waktu. Menurut Lister (2009) Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai "media baru" adalah digital, sering kali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, interaktif dan tidak memihak.

### **Instagram**

Instagram adalah salah satu aplikasi yang mudah untuk menjadi wadah penyebaran informasi, didukung dengan fitur visual seperti gambar dan video dan disertakan kolom komentar sebagai wadah interaksi membuat masyarakat tertarik memanfaatkan media sosial ini untuk mencari serta menyebarkan informasi.

Instagram rilis pada 6 oktober 2010 dengan perancang awal Kevin Systrom dan Mike Krieger. Kata Instagram terdiri dari dua kata yaitu "insta" dan "gram". Kata "insta" diambil dari istilah instan atau lebih dikenal sebagai cepat atau mudah, namun sejarah istilah instan dalam

kamera foto adalah bermula dari kamera polaroid yaitu sebuah kamera yang mampu hasil tangkapannya dengan cepat dan mudah. Sama halnya dengan instagram mampu mengambil foto maupun video dengan cepat serta dapat menambahkan beberapa filter yang mampu mengedit secara langsung lalu di unggah. Sedangkan kata "gram" diambil dari istilah telegram yang memiliki arti sebagai media penyampaian informasi pada pengguna lain dengan cepat.

### **Teori Uses and Gratification**

Teori Uses and Gratifications ini pertama kali dikenalkan oleh Hebert Blumer dan Elihu Katz. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan sebuah media. Teori ini juga menekankan bahwa audience aktif untuk menentukan media mana yang harus dipilih untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2014).

Inti teori Uses and Gratifications adalah khalayak pada dasarnya memakai media massa berdasarkan motif-motif eksklusif. Media disebut berusaha memenuhi motif khalayak. Bila motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi serta di akhirnya media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayaknya dianggap menggunakan media yang efektif.

Katz, Blumler & Gurevitch (1974) dalam Jalaluddin Rakhmat (2005), menjelaskan mengenai asumsi dasar mengenai Teori Uses & Gratifications, yaitu:

- a. Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebageian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
- b. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak.

- c. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan.
- d. Bagaimana elemen sosial dan konseptual membentuk aktivitas khalayak
- e. Efek dari media dan penggunaan media saling berkaitan

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan 4 variabel dengan 3 variabel independent yaitu Terpaan Informasi (X1), Kualitas Informasi (X2), Motif Penggunaan Media (X3) dan 1 variabel dependen yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y). Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif korelasional yang artinya uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini guna nya untuk mengetahui korelasi antara dua variabel atau lebih.

Target populasi dari penelitian ini adalah seluruh pengikut akun Instagram @anakmagang.id yang pernah mengakses dan melihat informasi lowongan magang melalui akun @anakmagang.id dengan jumlah 258,000 followers per 24 Juli 2022. Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono (2017). Penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling, salah satu teknik non random sampling ini dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab

permasalahan penelitian. Untuk menentukan jumlah sample yang dibutuhkan, penentuan sample ditentukan dengan menggunakan rumus Taro Yamane (5%) dan didapatkan hasil sebesar 400.

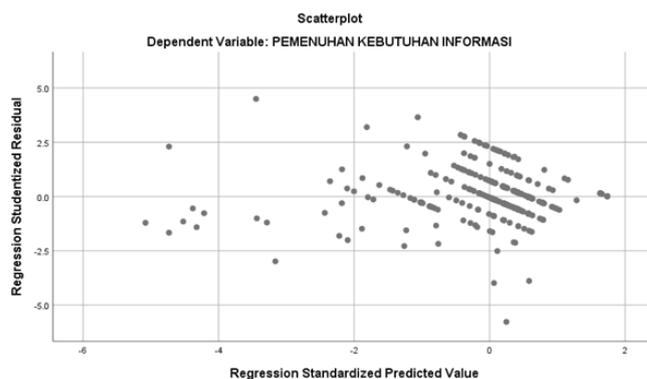
### **HASIL DAN PEMBAHASAAN**

Data yang diperoleh menggunakan aplikasi SPSS versi 25 for windows, hasil kuesioner didapatkan sebanyak 31 pernyataan dinyatakan valid dikarenakan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,361). Dari hasil pengujian reliabilitas pada variabel X1 Terpaan Informasi, X2 Kualitas Informasi, dengan X3 Motif Penggunaan Media dan variabel Y Pemenuhan Kebutuhan Informasi dinyatakan reliabel.

Pada penelitian ini data berdistribusi normal dan dapat digunakan untuk proses uji lebih lanjut yang diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200. Sampel dinyatakan normal karena data lebih besar dari nilai signifikansi 0,05.

Berdasarkan data sesuai uji analisis yang telah dilakukan, nilai tolerance X1 0,954 X2 0,358 X3 0,359 yaitu lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF dari hasil uji multikolinearitas terpaan informasi, kualitas informasi dan motif penggunaan media adalah 1,048 (X1), 2,795 (X2), 2,782 (X3) lebih kecil dari 10,00 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Berdasarkan gambar 1 menunjukkan bahwa titik-titik yang berada di scatterplots menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal tersebut menunjukkan bahwa data penelitian ini tidak mengalami permasalahan heteroskedastisitas sehingga data layak untuk digunakan.



**Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

**Tabel 1.**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Uji T**

Model	Unstandardized		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	6.772	.739		9.162	.047
Terpaan Informasi	.032	.016	.082	1.991	.000
Kualitas Informasi	.153	.039	.262	3.883	.000
Motif Penggunaan Media	.227	.045	.342	5.088	.000

Berdasarkan Tabel 1 hasil analisis persamaan regresi didapatkan nilai  $Y = 6,772 + 0,032X_1 + 0,153X_2 + 0,227X_3 + e$ . nilai variabel  $X_1$  terpaan informasi,  $X_2$  kualitas informasi,  $X_3$  motif penggunaan media akun instagram @anakmagang.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi followers menunjukkan arah positif. Semakin terkena pancaran terpaan informasi, kualitas informasi dan motif penggunaan media maka pemenuhan kebutuhan followers dalam mendapatkan informasi lowongan magang akan tinggi.

Hasil Uji Hipotesis terpaan informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi, diketahui bahwa tingkat signifikan  $0,047 < 0,05$ , nilai t hitung sebesar 1,991 sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Karena t hitung lebih besar dari t tabel 1,991 > 1,965. Hal ini menunjukkan terpaan informasi ( $X_1$ ) secara parsial

berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lowongan magang bagi followers. Kualitas informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi, diketahui tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ , nilai t hitung sebesar 3,883 sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Karena t hitung lebih besar dari t tabel 3,883 > 1,965. Hal ini menunjukkan kualitas informasi ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lowongan magang bagi followers. Tingkat signifikan penggunaan media terhadap pemenuhan kebutuhan informasi sebesar  $0,000 < 0,05$ , nilai t hitung sebesar 5,088 sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Karena t hitung lebih besar dari t tabel 5,088 > 1,965. Hal ini menunjukkan motif penggunaan media ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan

kebutuhan informasi lowongan magang bagi followers.

Berdasarkan Tabel 2, pada hasil data yang telah diolah didapatkan nilai F hitung sebesar  $72,921 > F$  tabel (2,60) dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka menunjukkan  $H_0$  ditolak

dan  $H_a$  diterima. Artinya bahwa Terpaan Informasi (X1) Kualitas Informasi (X2) dan Motif Penggunaan Media (X3) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y).

**Tabel 2.**  
**ANOVA**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
<sup>1</sup> Regression	485.222	3		72.921	.000 <sup>b</sup>
Residual	878.338	396	161.741		
Total	1363.560	399	2.218		

a. Dependen Variable : Pemenuhan Kebutuhan Informasi

b. Predictors: (Constant), Motif Penggunaan Media, Terpaan Informasi, Kualitas Informasi

**Tabel 3.**  
**Hasil Uji Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
<sup>1</sup>	.597 <sup>a</sup>	.356	.351	1.489

a. Predictors: (Constant), Motif Penggunaan Media, Terpaan Informasi, Kualitas Informasi

b. Dependen Variable : Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Berdasarkan pada tabel 3 diketahui bahwa nilai nilai R sebesar 0,597, hal ini menunjukkan bahwa terpaan informasi, kualitas informasi dan motif penggunaan media memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lowongan magang sebesar 35,1%, sedangkan sisanya 64,9% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan teori Uses and Gratification yang pertama kali diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974. Dimana teori ini menekankan pada penggunaan media, yaitu pengguna dengan bebas berusaha mencari media mana yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Saat teori uses and

gratifications ini menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana memenuhi kebutuhan pribadi dan khalayak sosial

Berdasarkan pernyataan yang digunakan dalam kuesioner yang telah diisi oleh responden, hal ini sejalan dengan konsep teori uses and gratification dimana kuatnya efek media dalam memberikan terpaan informasi serta kualitas informasi di dalamnya kepada khalayak tanpa dibatasi ruang dan waktu yang mana memiliki tujuan berusaha untuk memenuhi kebutuhan pribadi khalayak. Jika suatu media memenuhi komponen dalam memudahkan penggunaan media sehingga pengguna merasa puas serta informasi terpenuhi sehingga timbul

kepuasan didalam dirinya, maka hal ini media dapat dikatakan efektif dalam memenuhi kebutuhan penggunanya.

Hasil penelitian diperoleh data koefisien regresi bernilai positif sehingga dalam penelitian ini telah berhasil membuktikan bahwa “Terdapat pengaruh positif terpaan informasi akun instagram @anakmagang.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lowongan magang bagi followers”. Hal ini menunjukkan semakin tinggi terpaan informasi yang didapatkan oleh audiens maka semakin tinggi pemenuhan kebutuhan informasi nya. Semakin sering informasi yang disampaikan semakin tinggi pemenuhan kebutuhan informasi nya, semakin lama pesan yang diakses semakin tinggi pemenuhan kebutuhan informasi nya, semakin detail informasi yang diperhatikan semakin tinggi pemenuhan kebutuhan informasinya.

Penelitian ini telah berhasil membuktikan bahwa “Terdapat pengaruh positif kualitas informasi akun instagram @anakmagang.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lowongan magang bagi followers”. Hal ini menunjukkan semakin berkualitas informasi yang didapatkan oleh audiens maka semakin tinggi pemenuhan kebutuhan informasi nya. Semakin bermanfaat informasi yang diberikan semakin tinggi pemenuhan kebutuhan informasi nya, semakin jelas kebenaran informasi yang disampaikan semakin tinggi pemenuhan kebutuhan informasinya, semakin konsisten informasi yang diberikan semakin tinggi pemenuhan kebutuhan informasi nya, semakin tepat waktu postingan informasi yang dibagikan semakin tinggi pemenuhan kebutuhan informasi nya, semakin dipercaya kebenaran informasi yang diberikan semakin tinggi pemenuhan kebutuhan informasi nya.

Penelitian ini telah berhasil membuktikan bahwa “Terdapat motif

penggunaan media akun instagram @anakmagang.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lowongan magang bagi followers”. Hal ini dapat dikatakan berpengaruh karena semakin tinggi motif penggunaan media yang dilakukan oleh audiens maka semakin tinggi pemenuhan kebutuhan informasi nya. Semakin terpenuhi informasi lowongan magang yang diterima semakin tinggi pemenuhan kebutuhan informasi nya, semakin tinggi nilai-nilai pribadi dalam mengakses akun semakin tinggi pemenuhan kebutuhan informasi nya, semakin dekat para sesama pencari magang ketika mengakses akun semakin tinggi pemenuhan kebutuhan informasi nya, semakin banyak informasi lowongan magang yang diberikan semakin tinggi pemenuhan kebutuhan informasi nya.

Keterkaitan teori uses and gratifications terhadap penelitian ini adalah followers yang dijadikan audiens, berusaha mencari dan menikmati informasi mengenai lowongan magang yang disajikan oleh akun @anakmagang.id untuk menimbulkan kepuasan atas kebutuhannya. Hal ini sejalan dengan teori uses and gratification yang mana memfokuskan pada pengguna (uses) yang mempunyai kebebasan untuk memutuskan lewat media mana mereka menggunakan media untuk mendapatkan pemenuhan (gratification) atas kebutuhannya.

Berdasarkan terpaan informasi yang secara terus menerus diberikan, kualitas informasi yang disajikan dan kemudahan dalam penggunaan media akun instagram @anakmagang.id maka followers memilih akun instagram @anakmagang.id sebagai media nya untuk memenuhi kebutuhan informasi lowongan magang.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Terpaan informasi, kualitas informasi dan motif penggunaan media

terhadap pemenuhan kebutuhan informasi berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dan mempunyai hubungan yang positif terhadap kebutuhan informasi followersnya.

Diharapkan untuk pengelola akun instagram @anakmagang.id untuk tetap memberikan informasi dan lowongan magang yang cukup baik di beberapa perusahaan terpilih, topik – topik terbaru dan ilmu dalam mempersiapkan sumber daya manusia yang berkualitas. Selain itu akun instagram @anakmagang.id juga diharapkan harus tetap memenuhi poin penting menggunakan sosial media yang positif berdasarkan kaidah-kaidah didalamnya agar setiap informasi yang diberikan sangat berguna bagi followers dan pengguna instagram diluar followers akun tersebut sebagai pemenuhan kebutuhan informasi maupun hiburan

#### DAFTAR PUSTAKA

- Hassan, N. (2021). Pengaruh Terpaan Informasi dan Penggunaan Media Akun Instagram @IDVOLUNTEERING Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Relawan Bagi Followers.
- Lister, M. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. London & New York: Routledge.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosiologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Rachman, N. P. (2021). Pengaruh Terpaan Informasi dan Motif Penggunaan Media Akun Instagram @LOKER.IN Terhadap Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Bagi Followers.
- Rakhmat, J. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Rosdakary.
- Ramahananda, A. P. (2022). Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Followers Akun Instagram @COPPAMAGZ.
- Vivian, J. (2008). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana.
- Dikutip bps.go.id (2022, 9 mei) Februari 2022: *Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 5,83 persen dan Rata-rata upah buruh sebesar 2,89 juta rupiah per bulan. diakses pada 18 agustus 2022* dari <https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/05/09/1915/februari-2022--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-83-persen.htm>
- Dikutip Hootsuite We Are Social (2022, 1 Februari) *Survei Pengguna Internet di Indonesia*. diakses pada 17 April 2022, dari <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>