

**PENGARUH TERPAAN KONTEN AKUN INSTAGRAM  
@BREAKDOWN.UNIVERSE TERHADAP FOLLOWERS DALAM PEMENUHAN  
INFORMASI FILM**

**Abstrak**

Pada penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat bagaimana *followers* mendapatkan kepuasan informasi film setelah mengikuti akun Instagram @breakdown.universe. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif eksplanatif dimana berisikan penjelasan atau eksplanatif. Penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Gratification* dengan konsep terpaan media dan kepuasan pengguna. Pengambilan data penelitian dengan kuesioner yang disebarakan melalui *Google Form*. Populasi penelitian ini diambil dari jumlah *followers* akun Instagram @breakdown.universe sebanyak 143.000 *followers* dan jumlah responden sebanyak 80 responden yang dihitung menggunakan rumus Yamane. Hasil akhir dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Terpaan Media pada akun Instagram @breakdown.universe berpengaruh terhadap *followers* dalam pemenuhan informasi film sebesar 60,6% dan terdapat 39,4% pengaruh dari faktor lainnya. Terdapat hubungan yang kuat terhadap variabel Terpaan Media dengan variabel Kepuasan *Followers*. Hasil hipotesis dalam penelitian ini adalah H0 ditolak sedangkan Ha diterima sehingga Terpaan Konten akun Instagram @breakdown.universe berpengaruh positif dan signifikan terhadap *followers* dalam pemenuhan informasi film.

**Kata Kunci :** Instagram, Terpaan Media, Kepuasan Pengguna, Teori *Uses and Gratification*.

**Abstract**

This study aims to see how followers get movie information satisfaction after following the @breakdown.universe Instagram account. The method used in this research is an explanatory quantitative method which contains explanations or explanations. This study uses Uses and Gratification Theory with the concept of media exposure and user satisfaction. Research data were collected using a questionnaire distributed via Google Form. The population of this study was taken form the number of followers of the @breakdown.universe Instagram account as many as 143.000 followers and the number of respondent was 80 respondents who were calculated using the Yamane formula. The final results of this study indicate that the Media Exposure variable on the @breakdown.universe Instagram account affects followers in fulfilling movie information by 60,6% and there is 39,4% influence from other factors. There is a strong relationship between the Media Exposure variable and the Followers Satisfaction variable. The hypothesis result in this study is that H0 is rejected while Ha is accepted so that the Content Exposure of the @breakdown.universe Instagram account has a positive and significant effect on followers in fulfilling movie information.

**Keywords :** Instagram, Media Exposure, User Satisfaction, Uses and Gratification Theory

## **1. PENDAHULUAN**

Instagram adalah sebuah aplikasi dalam media sosial dimana media menyerupai *twitter* namun hanya memiliki perbedaan pada pengambilan foto atau berbagi informasi (Damayanti, 2018). *Explore* merupakan salah satu fitur pada platform Instagram yang memiliki fungsi untuk

mencari informasi yang dibutuhkan oleh pengguna. Fitur yang ramai digunakan pengguna pada platform Instagram adalah *hashtag* (#) (Andini & Kurniawan, 2020). *Hashtag* dapat secara otomatis untuk menyatukan topik khusus yang sedang dibicarakan (Hayati & Afriani, 2023). Fungsi *hashtag* sendiri adalah untuk memudahkan pengguna dalam mengelompokkan kategori yang dicari oleh pengguna menjadi satu (Cintani et al., 2022).

Dari semua platform media sosial, aplikasi Instagram adalah platform yang paling sering digunakan untuk menyampaikan informasi (Prajarto et al., 2019). Pada tahun 2015, platform media sosial Instagram telah diunduh dan digunakan lebih dari 300 juta pengguna dari seluruh dunia dan hal ini mengalami peningkatan dari tahun 2010 dimana platform Instagram diunduh dan digunakan 150 juta pengguna (Schaffer & Debb, 2020). Fitur platform Instagram dimana pengguna dapat melakukan aktivitas siaran langsung / *Live* untuk *sharing* atau memberikan informasi (Undiana et al., 2022)

Dalam menggunakan media sosial memiliki manfaat tersendiri dalam memantau kehidupan masyarakat di era serba digital (Azmi et al., 2021). Media sosial memiliki fungsi yang besar untuk berinteraksi satu sama lain. Kemudahan fitur atau fasilitas dalam mendistribusikan sebuah informasi, dapat menjadi pedang bermata dua untuk masyarakat karena masyarakat dapat dengan mudah terbuka terhadap media sosial, serta mudah terpedaya dan terbawa emosi oleh informasi yang sedang hangat (Rohmiyati, 2018). Remaja di masa kini lebih banyak menggunakan media sosial dan semua informasi yang mereka peroleh berasal dari media sosial (Meilinda, 2018).

Akun Instagram @breakdown.universe merupakan akun media sosial yang bergerak di platform Instagram dengan isi konten berupa informasi seputar film, *fandom & fan topic*, hingga *pop culture*. Selain itu, akun ini aktif dalam membagikan konten informasi seputar film, baik film dalam negeri hingga film luar negeri, dengan berbagai genre seperti *action, comedy, misteri, games, fantasy, sci-fi, horror, superhero*, dan lain-lain. Pada akun ini juga mengadakan berbagai jenis kegiatan seperti *giveaway*, NonBar (Nonton Bareng), hingga diskusi dengan akun serupa untuk membahas seputar informasi film yang hangat. Kegiatan ini kemudian dibagikan kepada *followers* melalui konten yang di unggah melalui akun Instagram @breakdown.universe. Hal ini dapat memberikan manfaat kepada para *followers* untuk lebih dapat merasakan terpenuhinya informasi yang mereka butuhkan seputar film.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terpaan dan kredibilitas juga dapat mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi *trailer* pada *followers*. Dalam penelitian ini, film yang disajikan hanyalah film yang khusus tayang di Netflix (Hendarsih & Banowo, 2023). Penelitian serupa juga menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang disebabkan melalui konten

akun Instagram @netflixid terhadap meningkatnya minat dalam menonton meskipun faktor lain juga dapat ikut serta dalam berpengaruh. Dalam penelitian ini belum menyertakan secara spesifik jenis konten yang disajikan oleh akun Instagram @netflixid dalam meningkatkan minat menonton (Joshua & Junaidi, 2022). Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian terdahulu terdapat pada objek dan jenis konten yang disajikan oleh objek penelitian ini, dimana jenis konten juga memiliki pengaruh terhadap *followers* dalam pemenuhan informasi film. Urgensi penelitian ini adalah penelitian ini dapat memberikan referensi, jenis dan ide konten pada akun-akun Instagram dengan tujuan agar dapat meningkatkan kualitas pada konten yang disajikan.

Terpaan media dalam penelitian ini menggunakan media sosial Instagram untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini. Hal ini karena media sosial Instagram menjadi media akun @breakdown.universe dalam membagikan informasi terkini mengenai film. Maka dari itu, terpaan media dalam penelitian ini adalah terpaan konten dari akun Instagram @breakdown.universe.

Tujuan dari penelitian ini untuk melihat bagaimana *followers* mendapatkan kepuasan informasi film setelah mengikuti akun Instagram @breakdown.universe. Pada penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification*. Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah Bagaimana Pengaruh Terpaan Konten pada Akun Instagram @breakdown.universe Terhadap *Followers* Dalam Pemenuhan Informasi Film?. Responden pada penelitian ini adalah *followers* yang berinteraksi dengan akun Instagram @breakdown.universe. Melalui paparan tersebut, peneliti ingin meneliti dengan judul “Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram @breakdown.universe Terhadap *Followers* Dalam Pemenuhan Informasi Film”.

## **2. METODE**

Berdasarkan pada rumusan masalah, metode kuantitatif eksplanatif dipilih oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang mengutamakan data dalam bentuk angka. Penelitian kuantitatif berfokus pada jumlah dan ukuran (Firmansyah et al., 2021). Penelitian kuantitatif eksplanatif adalah penelitian kuantitatif yang bersifat penjelasan atau eksplanatif. Data yang terkumpul dalam riset ini melalui metode kuantitatif nantinya akan digunakan sebagai gambaran bagi peneliti mengenai situasi sebenarnya, dan berguna untuk menjawab persoalan yang memiliki keterkaitan dengan subjek yang diteliti (Isnawati et al., 2020).

Hipotesis merupakan struktur penting dalam sebuah penelitian yang harus terjawab sebagai sebuah kesimpulan dari penelitian itu sendiri (Lolang, 2014). Hipotesis dalam penelitian ini meliputi sebagai berikut :

H<sub>0</sub> : Konten Akun Instagram @breakdown.universe Tidak Berpengaruh Terhadap Followers Dalam Pemenuhan Informasi Film.

H<sub>a</sub> : Konten Akun Instagram @breakdown.universe Berpengaruh Terhadap Followers Dalam Pemenuhan Informasi Film.

Populasi menurut (Cahyono, 2018) adalah subjek atau objek riset yang masih berada di wilayah yang sama dan memiliki syarat tertentu yang harus dipenuhi terkait masalah dalam riset. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh *followers* akun Instagram @breakdown.universe yang terhitung pertahun 2024 sebanyak 143.000 *followers*. Penyebaran kuesioner dengan *Google Form* dilakukan guna mengambil data dari responden dengan bentuk Skala Rikert, dimana sampel akan diberikan 4 jawaban berbeda setiap satu pertanyaan yang diberikan yaitu :

SS : Sangat Setuju (Nilai Skor = 5)

S : Setuju (Nilai Skor = 4)

TS : Tidak Setuju (Nilai Skor = 2)

STS : Sangat Tidak Setuju (Nilai Skor = 1)

Pengikut atau *followers* dari akun @breakdown.universe akan menjadi sampel dalam penelitian ini dengan karakteristik melakukan interaksi dengan postingan akun Instagram tersebut seperti *like*, *comment*, dan *follow*. *Non-Probability Sampling* dengan Teknik *Purposive Sampling* digunakan dalam penelitian ini dimana para individu dapat menjadi bagian dari sampel dengan kriteria tertentu. Untuk menghitung berapa banyak sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Rumus Yamane sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N d^2 + 1}$$

$$n = \frac{138.000}{138000 + (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{138.000}{(138.000) + (0,01) + 1}$$

$$n = \frac{138.000}{1.380 + 1}$$

$$n = \frac{138.000}{1.381}$$

$$n = 99,92 = 100 \text{ (dibulatkan)}$$

Keterangan :

N = Keseluruhan populasi

n = Keseluruhan sampel

d = Kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%

Uji validitas dapat diuji melalui berbagai bukti, antara lain validitas konten, validitas konstruk, dan validitas kriteria (Yusup, 2018). Uji Validitas Konstruk digunakan dalam penelitian ini dimana menitikberatkan pada sejauh mana hasil pengukuran sesuai dengan definisinya. Perhitungan rumus Uji Validitas Konstruk pada penelitian ini dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antar variable X dan variable Y

n = jumlah sampel

X = nilai variable independent

Y = nilai variable dependen

$\sum XY$  = jumlah perkalian antara variable X dan Y

Uji reliabilitas merupakan sebuah uji untuk mengukur kuesioner yang memiliki indikator dari variabel. Uji reliabilitas *Cronbach Alpha* digunakan dalam penelitian ini. Jika nilai >0,60 maka kuisisioner yang diterapkan dianggap dinggap relevan. Jika nilai <0,60 maka kuisisioner yang diterapkan dianggap tidak relevan (Slamet & Wahyuningsih, 2022). Perhitungan rumus Uji Reliabilitas *Cronbach Alpha* dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan :

$r_{11}$  = reliabilitas yang dicari

n = jumlah

$\sum \sigma_t^2$  = jumlah varians skor tiap item

$\Sigma t^2$  = varians total

Penelitian ini menguji hipotesis menggunakan metode analisis Statistik Regresi Linear Sederhana. Analisis statistik regresi linear sederhana merupakan metode untuk melihat adanya hubungan antara satu variabel bebas dan satu variabel terikat (Azzahra, 2022). Analisis Statistik Regresi Linear Sederhana menggunakan satu variabel X dan satu variabel Y. Untuk menghitung Analisis Statistik Regresi Linear Sederhana dapat dihitung berdasarkan rumus berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (*followers* akun Instagram @breakdown.universe)

X = Variabel bebas (konten akun Instagram @breakdown.universe)

a = intersep

b = koefisien regresi

Uji Normalitas adalah uji untuk menilai apakah sebaran data bersifat normal atau tidak. Uji normalitas koefisien varians digunakan dalam penelitian ini dimana data dianggap berdistribusi normal jika koefisien varian < 30% (Rahmanto et al., 2020). Uji normalitas koefisien varians dapat dihitung dengan rumus berikut :

$$\text{Nilai Koefisien Varians} = \frac{\text{Standar deviasi}}{\text{Mean}} \times 100$$

Koefisien Determinasi menguji besarnya hubungan variabel bebas dengan variabel terikat. Hubungan kedua variabel dapat dianggap kuat jika nilai R > 0,5 dan mendekati 1 (Kurnia, 2017). Nilai R<sup>2</sup> yang kecil disebabkan oleh kemampuan variabel bebas yang terbatas dalam menjelaskan variabel terikat (Purnawijaya, 2019). Koefisien Determinasi dapat dihitung menggunakan rumus berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan

KD = Koefisien Determinasi

$r^2$  = proporsi variasi tanggapan yang diterangkan oleh regressor (variabel X)

Uji-T dilakukan untuk mengukur sejauh mana pengaruh variabel independen dan variabel dependen (Permata sari & Candra, 2020). Hasil uji T dapat disimpulkan jika nilai

signifikansi  $> 0,05$  atau nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel, maka dapat memperjelas pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen (Hendarsih & Banowo, 2023). Uji  $t$  dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan ;

$t$  = nilai  $t$  hitung

$r$  = koefisien korelasi

$n$  = jumlah responden

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sehingga data yang dihasilkan berupa angka. Penyebaran kuesioner pada penelitian ini melalui *Google Form* dengan populasi *followers* pada akun Instagram @breakdown.universe. Sampel pada penelitian ini berdasarkan hasil dari Rumus Yamane adalah 99,92 (dibulatkan menjadi 100 responden). Dalam penelitian ini, data sampel yang diolah hanya 80 responden, karena dari 100 responden yang mengisi kuesioner, terdapat 80 responden yang memiliki data valid dan efektif.

Berdasarkan penelitian dan hasil uji yang telah dilakukan kepada 80 responden dengan memberikan 29 butir pernyataan dengan klasifikasi Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Berdasarkan hasil analisis uji reliabilitas *Cronbach Alpha* menunjukkan nilai sebesar 0,955 yang artinya lebih besar dari 0,60 yang artinya adanya pengaruh yang kuat antara variabel Terpaan Media dengan variabel Kepuasan *Followers*. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan nilai signifikansi  $<0,001$  ( $0,000$ )  $< 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel sebesar  $11,068 > 1,664$  yang artinya Terpaan Media Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan *Followers*. Signifikansi pada penelitian ini sebesar  $<0,001$  ( $0,000$ ) dimana lebih kecil dari 0,05 yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga Terpaan Konten Akun Instagram @breakdown.universe Berpengaruh Positif Terhadap *Followers* Dalam Pemenuhan Informasi Film. Variabel Terpaan Media juga memberikan pengaruh besar terhadap variabel Kepuasan *Followers* sebesar 60,6% yang berdasarkan dari nilai *R Square* melalui uji koefisien determinasi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Terpaan Konten dari akun Instagram @breakdown.universe dapat memberikan kepuasan informasi film terhadap *followers* akun Instagram @breakdown.universe. Teori pada penelitian ini sama dengan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Oktaviani et al., 2022) yaitu teori *Uses and Gratification* dimana teori ini berasumsi pada pengguna media yang memiliki tujuan dan maksud yang ingin dicapai dari suatu media. Teori ini sesuai dengan penelitian ini karena untuk melihat bagaimana sebuah terpaan dari suatu media dapat memberikan suatu pengaruh kepada pengguna dari media tersebut. Hal ini juga berkaitan dengan bagaimana suatu konten dalam sebuah media dapat memberikan sebuah pengaruh kepada pengguna yang melakukan interaksi dengan konten dari media tersebut. Pengguna media adalah *followers* dari akun Instagram @breakdown.universe dimana mereka memiliki tujuan untuk merasakan kepuasan seputar informasi film terkini yang dapat didapatkan dari Terpaan Media akun Instagram @breakdown.universe. Dalam penelitian ini, *followers* pada akun Instagram @breakdown.universe secara sadar dan tanpa paksaan memilih akun ini sebagai media untuk mendapatkan pemenuhan kepuasan informasi film.

Menurut (Haqu, 2020), pada teori *Uses and Gratification* dimana masyarakat memiliki motif dalam menggunakan suatu media. Dalam penelitian ini, motif informasi dari *followers* akun Instagram @breakdown.universe adalah mencari seluruh informasi yang berkaitan dengan informasi film terkini pada akun Instagram @breakdown.universe. Motif selanjutnya adalah identitas pribadi dimana *followers* memiliki rasa keingintahuan terkait informasi film seperti apa yang dibutuhkan oleh mereka. Motif selanjutnya adalah motif integritas dan interaksi sosial dimana *followers* dapat berinteraksi satu sama lain pada postingan akun Instagram @breakdown.universe. Motif terakhir adalah hiburan dimana *followers* menggunakan media dan mencari informasi pada akun Instagram @breakdown.universe sebagai hiburan untuk memenuhi kepuasan informasi film yang dibutuhkan.

Berdasarkan jawaban dari responden para variabel Terpaan Media (X) yang terdiri dari 3 indikator sebagai berikut :

<b>Indikator</b>	<b>Persentase</b>	<b>Kategori</b>
Frekuensi	83,81	Baik
Durasi	79,4	Baik
Atensi	87	Baik
<b>Rata-Rata</b>	<b>83,40</b>	<b>Baik</b>

Tabel 12 : Tabel Jawaban Responden Variabel X



Variabel Terpaan Media pada akun Instagram @breakdown.universe diukur menggunakan 3 indikator dimana persentase indikator frekuensi didapatkan melalui aktivitas individu dalam mengakses media selama durasi waktu hingga satu bulan dan dikategorikan baik. Pada persentase indikator durasi didapatkan melalui berapa lama dalam menggunakan suatu media yang didasarkan pada durasi menjalin kontak dengan media dan dikategorikan baik. Pada persentase indikator atensi didapatkan melalui tingkat perhatian pengguna terhadap konten yang disajikan oleh media dan dikategorikan baik.

Jawaban dari responden pada variabel Kepuasan *Followers* (Y) yang terdiri dari 3 indikator sebagai berikut :

<b>Indikator</b>	<b>Persentase</b>	<b>Kategori</b>
Efisien	86,25	Baik
Efektivitas	86,45	Baik
Kepuasan	87	Baik
<b>Rata-Rata</b>	<b>86,56</b>	<b>Baik</b>

Tabel 13 : Tabel Jawaban Responden Variabel Y

Variabel Kepuasan *Followers* pada penelitian ini diukur menggunakan 3 indikator dimana persentase indikator efisien didapatkan melalui seberapa efisiensi dalam pemenuhan kebutuhan informasinya dan dikategorikan baik. Pada persentase indikator efektivitas didapatkan melalui seberapa jauh kepuasan pengguna mengenai pemenuhan kebutuhan informasinya dan dikategorikan baik. Pada persentase kepuasan didapatkan melalui bagaimana media dapat memberikan kepuasan bagi pengguna setelah menjalin interaksi dengan media.

Hasil akhir pada penelitian ini membuktikan bahwa responden memerhatikan dan mempercayai kredibilitas dari akun Instagram @breakdown.universe terhadap pemenuhan informasi film dan memutuskan menggunakan media tersebut sebagai alat untuk memenuhi kepuasannya. Hal tersebut didukung dengan *followers* memilih dan menggunakan media tersebut untuk memenuhi kebutuhan informasi film dan menghasilkan kepuasan setelah mendapatkan informasi film yang terpercaya dari akun Instagram @breakdown.universe. Dalam penelitian ini, terpaan media dari akun Instagram @breakdown.universe dapat meyakinkan *followers* guna mendapatkan informasi film terkini dan memberikan tingkat kepercayaan yang baik kepada akun Instagram @breakdown.universe.

#### **4. PENUTUP**

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa variabel Terpaan Media (X) pada akun Instagram @breakdown.universe dapat mempengaruhi *followers* dalam pemenuhan informasi film. Variabel Terpaan Media memberikan pengaruh sebesar 60,6% dan terdapat 39,4% faktor lain

yang dapat mempengaruhi pemenuhan informasi film terhadap *followers* yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini terdapat keterbatasan yaitu penyebaran kuesioner yang bersifat tertutup dan responden hanya bisa menjawab dengan respon yang pasti, sehingga responden tidak dapat menambahkan opini pribadi dalam mengisi kuesioner penelitian ini. Hal ini menyebabkan informasi yang didapatkan kurang lengkap dan kurang terperinci.

Diharapkan pada penelitian berikutnya agar dapat meneliti aspek dan faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Penelitian lain juga dapat dilakukan dengan topik yang sama dan melihat bagaimana akun media sosial lain yang dapat memberikan suatu manfaat dan kegunaan kepada para penggunanya. Metode, teori dan uji statistik lain dapat digunakan dalam penelitian yang akan datang.

Penggunaan Teori *Uses and Gratification* sejalan dalam penelitian ini dimana untuk memberikan kebutuhan informasi kepada para pengguna dari suatu media dan juga berkaitan dengan bagaimana sebuah informasi dalam suatu media dapat memberikan kepuasan kepada penggunanya. Penggunaan konsep terpaan media pada penelitian ini juga sejalan guna melihat bagaimana sebuah terpaan dari suatu media dapat memberikan suatu pengaruh kepada pengguna dari media tersebut. Konsep Kepuasan *followers* dalam penelitian ini guna melihat apakah terpaan konten pada akun Instagram @breakdown,universe dapat memberikan kepuasan informasi kepada *follower*

## **PERSANTUNAN**

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT atas Berkah dan Rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini hingga akhir. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada kedua Orang Tua atas bantuan dan doa yang senantiasa mengiringi perjalanan peneliti. Terima kasih peneliti ucapkan kepada bapak Drs. Joko Sutarso, M.Si selaku dosen pembimbing atas bimbingan dan arahannya selama penyusunan penelitian ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada para dosen dan tenaga kerja Fakultas Komunikasi dan Informasi prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu dan pelajaran yang semoga dapat bermanfaat di masa yang akan datang. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan kelancaran dalam setiap proses dan langkah di dunia dan akhirat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andini, T., & Kurniawan, F. (2020). Analisis pembentukan ekspektasi wisata lewat fitur pendukung pencarian informasi di Instagram. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 4(2), 503. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i2.2339>
- Azmi, N. A., Fathani, A. T., Sadayi, D. P., Fitriani, I., & Adiyaksa, M. R. (2021). Social Media Network Analysis (SNA): Identifikasi Komunikasi dan Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial Twitter. *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, 5(4), 1422–1430. <https://doi.org/10.30865/mib.v5i4.3257>
- Azzahra, A. A. (2022). Analisis Prediksi Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru Menggunakan Metode Regresi Linier Sederhana. *Bulletin of Applied Engineering Theory*, 3(1), 75–78. <https://jim.unindra.ac.id/index.php/baiet/article/view/6532>
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA*, 5(1), 61–75. <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/72>
- Cintani, Maulina, Mazaya, Rafli, Salsabila, & Widianingsih. (2022). Efisiensi Hashtag Pada Caption Terhadap Engagement Instagram @jajanantradisional.bdg (Studi kasus pada postingan dengan topik Es Dawet). *Industr Patiseri Digital*. <https://www.researchgate.net/publication/366594023>
- Damayanti, R. (2018). Diksi dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram. *Jurnal Widyaloka IKIP Widya Darma*, 5(3), 261–278. <https://ikipwidyadarmasurabaya.ac.id/wp-content/uploads/2019/07/261-278-rini-UWK.pdf>
- Firmansyah, M., Dewa, I., & Yudha, K. (2021). Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif. *ELASTISITAS: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 156–159. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i2.46>
- Haqqu, R. (2020). Uji Uses and Gratification Dalam Intensitas Menonton Program Talk Show Melalui Televisi. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(2), 11–18. <https://doi.org/10.35814/coverage.v10i2.1378>
- Hayati, K., & Afriani, A. L. (2023). Pemanfaatan Fitur Instagram Hashtag (#) di Era Konvergensi. *KOMASKAM: Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, 5(1), 46–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.31599/komaskam.v5i1.2265>
- Hendarsih, V. G., & Banowo, E. (2023). Pengaruh Terpaan dan Kredibilitas Instagram @Netflixid Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Trailer Film Bagi Followers. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(1), 102–113. <https://doi.org/https://doi.org/10.33366/jkn.v5i1.228>
- Isnawati, Jalinus, N., & Risfendra. (2020). Analisis Kemampuan Pedagogi Guru SMK yang sedang Mengambil Pendidikan Profesi Guru dengan Metode Deskriptif Kuantitatif dan Metode Kualitatif. *INVOTEK: Jurnal Inovasi Vokasional Dan Teknologi*, 20(1), 37–44. <https://doi.org/10.24036/invotek.v20i1.652>
- Joshua, H. H., & Junaidi, A. (2022). Pengaruh Konten di Akun Instagram @Netflixid dalam Meningkatkan Minat Menonton. *Prologia*, 6(1), 71–79. <https://doi.org/10.24912/pr.v6i1.10290>
- Kurnia, D. (2017). Analisis Signifikan Leverage dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 4(2), 12–21. <https://doi.org/10.30656/jak.v4i2.247>
- Lolang, E. (2014). Hipotesis Nol dan Hipotesis Alternatif. *JKIP: Jurnal Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, 3(3), 685–692. <https://doi.org/10.47178/jkip.v3i3.99>

- Meilinda, N. (2018). SOCIAL MEDIA ON CAMPUS: Studi Peran Media Sosial sebagai Media Penyebaran Informasi Akademik pada Mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNSRI. *The Journal of Society & Media*, 2(1), 53–64. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jsm/index>
- Oktaviani, A. A., Komsiah, S., & Syaifuddin. (2022). Uses And Gratification: Uji Pengaruh Konten dalam Fitur Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja. *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA*, 6(1), 100–107. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/issue/archive>
- Permata sari, D., & Candra, Y. (2020). Pengaruh Pengembangan Karir, Self Efficacy, dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Sistem Informasi*, 1(3), 224–228. <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Prajarto, N., Tania, S., & Purwaningtyas, M. P. F. (2019). Preferensi Informasi dan Perilaku Bermedia Warganet di Akun Instagram Media Informasi Selebritas. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(2), 191–208. <https://doi.org/10.24002/jik.v16i2.1805>
- Purnawijaya, F. M. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kedai 27 di Surabaya. *AGORA*, 7(1). <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8141>
- Rahmanto, Y., Farhan Randhika, M., Ulum, F., & Priyopradono, B. (2020). Aplikasi Pembelajaran Audit Sistem Informasi dan Tata Kelola Teknologi Informasi Berbasis Mobile. *Jurnal TEKNOKOMPAK*, 14(2), 62–67. <https://doi.org/https://doi.org/10.33365/jtk.v14i2.723>
- Rohmiyati, Y. (2018). Analisis Penyebaran Informasi Pada Sosial Media. *ANUVA*, 2(1), 29–42. <https://doi.org/10.14710/anuva.2.1.29-42>
- Schaffer, D. R., & Debb, S. M. (2020). Assessing Instagram Use Across Cultures: A Confirmatory Factor Analysis. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 23(2), 100–106. <https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0247>
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja. *ALIANSI: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>
- Undiana, N. N., Supiarza, H., & Pauhriizi, E. M. (2022). Motif dan Kepuasan Mahasiswa Dalam Mengapresiasi Jogja-Netpac Asian Film Festival 2020 Melalui Akun Instagram. *Jurnal Sense*, 5(1), 23–38. <https://doi.org/10.24821/sense.v5i1.6966>
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23. <https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>