



---

## **PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL DAN KUALITAS INFORMASI AKUN INSTAGRAM @FIMELADOTCOM TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS**

**Pratiwi Damar Pinatih, Emilianshah Banowo**

Universitas Gunadarma, Indonesia

Email: [pratiwidamarpinatih31@gmail.com](mailto:pratiwidamarpinatih31@gmail.com), [emilianshah@gmail.com](mailto:emilianshah@gmail.com)

### **Abstrak:**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh terpaan media sosial dan kualitas informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @fimeladotcom terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 400 responden yang merupakan followers aktif dari akun tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel terpaan media sosial (X1) dan kualitas informasi (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers (Y) dengan kontribusi sebesar 78,1%. Sisanya, 21,9%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas dan terpaan informasi yang diberikan oleh akun Instagram @fimeladotcom, semakin tinggi pula pemenuhan kebutuhan informasi pengikutnya. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa followers Instagram secara aktif mencari konten yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka, seperti gaya hidup, kecantikan, dan kesehatan. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan pentingnya bagi pengelola media sosial untuk menyajikan konten yang berkualitas, relevan, dan tepat waktu, guna memenuhi kebutuhan informasi pengikut dan meningkatkan keterlibatan mereka.

**Kata Kunci:** Terpaan, Kualitas Informasi, Pemenuhan Kebutuhan Informasi

### **Abstract:**

*This study aims to analyze the effect of social media exposure and information quality provided by the Instagram account @fimeladotcom on fulfilling followers' information needs. This research uses a quantitative method with a survey approach, where data was collected through questionnaires distributed to 400 respondents who are active followers of the account. The results show that the variables of social media exposure (X1) and information quality (X2) significantly influence the fulfillment of followers' information needs (Y) by 78.1%. The remaining 21.9% is influenced by other factors not examined in this study. The study indicates that the higher the quality and exposure of information provided by the Instagram account @fimeladotcom, the greater the fulfillment of followers'*

*information needs. The findings highlight that Instagram followers actively seek content that aligns with their interests and needs, such as lifestyle, beauty, and health. The implications of this research show the importance for social media managers to provide high-quality, relevant, and timely content to meet followers' information needs and enhance their engagement.*

**Keywords:** *Exposure, Information Quality, Fulfillment of Information Needs*

## **Pendahuluan**

Pada era globalisasi ini, kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari dan akan terus berkembang seiring berjalannya waktu (Gunawan, 2019; I. A. Ramadhani et al., 2024; Thahura et al., 2023). Hal ini dapat dipahami, sebab di era yang serba cepat seperti sekarang ini, efisiensi waktu sangat berarti di kehidupan sehari – hari, dan kemajuan teknologi menawarkan efisiensi waktu tersebut (Lestyaningrum et al., 2022; O. Ramadhani & Khoirunisa, 2025). Saat ini hampir seluruh aktivitas manusia tidak terlepas dari teknologi, hal ini karena teknologi membantu manusia untuk dapat lebih cepat dan efisien dalam mengerjakan pekerjaannya (Ngafifi, 2014; Safitri et al., 2023). Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia (Marpaung, 2018).

Penggunaan media sosial pastinya tidak lepas dengan kegiatan mencari informasi, ketika masyarakat mencari informasi dapat dikatakan sebagai pemenuhan kebutuhan informasi (Hendarsih & Banowo, 2023; N. A. F. Putri, 2024; Richadinata & Astitiani, 2021). Pemenuhan kebutuhan informasi tersebut dapat diartikan ketika seseorang merasa tidak mempunyai informasi lebih mengenai suatu hal, maka seseorang tersebut akan berusaha memenuhi informasi yang menurutnya kurang tersebut (Dara Andena, 2023; Rohmiyati, 2017). Melakukan kegiatan mencari informasi dapat disebut sebagai proses dalam pemenuhan kebutuhan informasi yang dibutuhkannya agar dapat memenuhi tujuannya yang berlandaskan dengan konsep kebutuhan informasi (Putra, 2020).

Informasi merupakan hal penting untuk menambah pengetahuan. Pentingnya sebuah informasi akan membuat setiap individu menjadi terdorong untuk mencari informasi yang dibutuhkan melalui media-media yang paling efektif dan akurat. Setiap individu dapat mengakses berita baik melalui media cetak seperti koran atau majalah maupun media *online*. Perkembangan teknologi yang semakin maju memudahkan setiap individu untuk mengakses informasi yang dibutuhkan dengan adanya perkembangan teknologi, setiap individu dapat memperoleh informasi dengan mudah dan cepat dengan internet.

Menurut Databoks dikutip dari laporan *We Are Social*, pada Januari 2024 ada 185 juta individu pengguna internet di Indonesia, setara 66,5% dari total populasi nasional yang berjumlah 278,7 juta orang. Pengguna internet di Indonesia awal tahun ini tercatat bertambah sekitar 1,5 juta orang atau naik 0,8% dibanding Januari 2023.

Fenomena *new media* dalam mencari informasi pada media sosial ini menjadi suatu pembahasan yang akhirnya menarik untuk di bahas dan di teliti lebih lanjut. Mengingat begitu banyak sumber informasi pada media sosial yang saat ini bermunculan. *New media* saat ini lebih banyak menggunakan media sosial khususnya instagram untuk

mencari dan mendapatkan informasi dibandingkan dengan melalui media sosial lainnya yang membuat penulis merasa perlu untuk membahas dan meneliti fenomena ini lebih lanjut (Ratu Aulia, 2020).

Menurut Databoks dikutip dari data *We Are Social*, WhatsApp menjadi aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia pada Januari 2024. Dari seluruh pengguna internet di Indonesia yang berusia 16 - 64 tahun, mayoritas atau 90,9%-nya tercatat memakai aplikasi tersebut. Instagram menempati posisi kedua dengan proporsi pengguna 85,3%, diikuti Facebook 81,6%, dan TikTok 73,5%. Kemudian yang menggunakan Telegram ada 61,3%, dan X (dahulu Twitter) 57,5%. Ada pula yang menggunakan Facebook Messenger, Pinterest, Kuaishou (Kwai dan Snack Video), serta LinkedIn dengan proporsi lebih kecil seperti terlihat pada grafik. Secara keseluruhan, *We Are Social* mencatat ada 139 juta identitas pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2024. Jumlahnya setara 49,9% dari total populasi nasional. Hal tersebut membuktikan bahwa Instagram adalah salah satu platform yang bermanfaat untuk menyebarkan informasi.

Pada saat ini penggunaan internet sudah tidak asing lagi dalam menyebarkan dan mendapatkan informasi serta berkomunikasi dengan sesama pengguna lain. Pemberian informasi dapat dilakukan secara daring atau online melalui media sosial. Media sosial adalah alat atau aplikasi komunikasi berbasis internet yang memungkinkan pengguna berinteraksi dengan cara berbagi atau memperoleh informasi yang ada. Saat ini banyak media sosial yang terus bermunculan, seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan platform lainnya.

Instagram semakin populer sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto dan video (Nisrina, 2015). Namun, seiring berkembangnya waktu Instagram berkembang menjadi lebih sekedar galeri foto dan video, dengan penambahan fitur – fitur seperti Instagram *stories*, IGTV, *reels*. Salah satu kekhasan utama Instagram adalah fokusnya pada visual, dimana foto dan video menjadi elemen utama dalam Instagram. Instagram juga memudahkan pengguna untuk berbagi informasi dengan pengguna lain. Misalnya, jika pengguna ingin mencari informasi berisikan motivasi atau tips dan trik gaya berpakaian, pengguna dapat mengikuti akun khusus yang menyediakan informasi tersebut.

Akun Instagram Fimela didirikan sejak tahun 2012 merupakan perusahaan media informasi untuk mendampingi perempuan Indonesia lebih maju, percaya diri dan memiliki keinginan untuk menggali potensi diri. Akun Instagram @fimeladotcom adalah media perempuan & gaya hidup paling terdepan di Indonesia, dengan akun Instagram yang berisi konten – konten inspiratif yang disajikan dengan berbagai cakupan yang terkait dengan kebutuhan sehari-hari untuk mendampingi wanita Indonesia menggali potensi terbaik mereka melalui ragam sajian konten pada gaya hidup, kecantikan, kesehatan, pergaulan, hiburan dan sejenisnya.

Tidak hanya unggul dari postingan yang berupa informasi, akun fimela di Instagram juga menduduki posisi penting dalam memberikan informasi dibandingkan akun lainnya yang juga ikut membahas konten kebutuhan informasi jika dilihat dari jumlah pengikutnya. Dengan total 268 ribu pengguna media sosial Instagram aktif yang menjadi pengikut akun fimela menjadi lebih unggul dibandingkan akun – akun Instagram yang membahas informasi gaya hidup wanita Indonesia.

Diambil dari jumlah yang diikuti akun fimeladotcom, perbandingan akun lainnya pun sangat jauh dilihat dari jumlah pengikut. Di karenakan konten @fimeladotcom yang

setiap hari nya mengunggah 3 sampai 4 postingan dengan menganalisis algoritma instagram sehingga pengguna media sosial instagram mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

Fimela membawa semangat dan merangkul lebih banyak perempuan dengan latar belakang, minat, ketertarikan hingga lokasi yang berbeda. Serta berusaha untuk memberikan dukungan dan wadah terbaik untuk perempuan Indonesia berkembang, tanpa keterbatasan yang mungkin mereka hadapi sebelumnya. Dengan terpaan konten informasi yang diberikan oleh akun fimeladotcom dapat memberikan semangat dan merangkul lebih banyak perempuan dengan latar belakang, minat, ketertarikan hingga lokasi yang berbeda.

Fimela menyediakan berbagai konten yang informatif untuk followersnya, antara lain konten *fashion* yang membahas informasi seputar mode, fashion artis, tips berpakaian, aksesoris, review artis, dan trend berpakaian, konten kecantikan membahas mengenai tips perawatan kulit, trend makeup, tips merawat tubuh, dan tentang perilsan produk kecantikan baru, konten kesehatan yang membahas mengenai tips menjaga kesehatan, pengenalan tentang permasalahan kesehatan terbaru, fasilitas kesehatan pada orang dewasa, remaja, anak – anak dan bayi, konten *relationship* yang membahas seputar hubungan sesama manusia, termasuk pasangan, keluarga, dan teman, konten *entertainment* membahas perihal hiburan seperti selebriti, film, dan musik, konten *lifestyle* berisi bahasan mengenai gaya hidup seputar dunia kerja, tips menjalankan keseharian, dan aktivitas, konten *zodiak* yang membahas mengenai ramalahn zodiak bulanan dan tipe – tipe zodiak, konten *parenting* membahas tentang cara mendidik anak, kesehatan anak, perawatan anak, dan nutrisi yang tepat untuk anak., dan konten *food* membahas seputar resep makanan dan minuman.

Dari fenomena diatas yang telah di jabarkan bahwa saat ini banyak konten di media sosial yang menyebarkan hal negatif dan tidak bijak sehingga sering kali disalahartikan oleh masyarakat. Banyak masyarakat di jaman sekarang menggunakan smartphone setiap hari, tetapi penggunaannya seringkali tidak memberikan dampak baik, bahkan dapat merusak produktivitas, suasana hati, dan pola pikir. Contohnya adalah akun Instagram @lambe\_\_danu dan @playitsaferbaby yang menyajikan gosip harian serta terdapat banyak akun lainnya yang juga menyebarkan informasu negatif dan tidak bijak, oleh sebab itu akun Instagram @fimeladotcom hadir untuk menyajikan konten – konten positif seputar lifestyle, fashion dan konten inspiratif lainnya yang layak untuk di konsumsi oleh masyarakat Indonesia dan harus berdasarkan terpaan media dan kualitas informasi. Hal ini menjadi latar belakang penulis untuk membuat penelitian ini

Dari penelitian Muhamad Duky Nurhaditio (2023), terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu. Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan (Ardianto, 2014)

Dikutip dari penelitian terdahulu oleh Rizky Hermawan Putra (2020), kualitas informasi menurut (O'Brien, 2013) merupakan tingkat dimana informasi memiliki karakteristik isi, karakteristik bentuk, karakteristik waktu, dimana hal tersebut

memberikan nilai untuk para pengguna. Kualitas informasi merupakan tolak ukur untuk mengukur seberapa baik sebuah informasi dapat disajikan.

Dikutip dari penelitian terdahulu oleh Agustian Hendrik (2023), menurut Kuhlthau (2004) menjelaskan kebutuhan informasi adalah sesuatu yang muncul dari kesadaran mengenai sesuatu yang hilang, yang kemudian pencari informasi ingin mengetahui dimana informasi itu berada yang akan memberikan berperan pada pemahaman dan makna. Dalam upaya memenuhi kebutuhan informasi, seseorang individu akan berusaha untuk memilih media yang akan digunakan sebagai perantara dalam pencarian informasi dan pemenuhan kebutuhan informasinya.

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah *Uses and Gratification Theory*, teori ini pada awalnya dikemukakan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz (dalam Littlejohn, Foss, dan Outzel, 2017) berpendapat bahwa pengguna media memiliki kedudukan dan peran aktif dalam memilih dan menggunakan media, pengguna media menjadi pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Inti dari teori ini adalah pada dasarnya khalayak menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan atau motif – motif tertentu, lalu media berusaha memenuhi motif atau kebutuhan khalayak tersebut dan jika ada media yang dapat memenuhi motif atau kebutuhan khalayak maka dapat dikatakan sebagai media yang efektif (Sutrisno & Mayangsari, 2021).

Hasil Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nadya Nirmala Putri dan Zulfebriges (2022) yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Infobandungraya terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers” menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial akun Instagram @infobandungraya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi yang didukung oleh faktor lain seperti *context, communication, collaboration* dan *connection*.

Selain itu, hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Oleh Mohamad Iqbal Saputra Dan Eko Hartanto (2023) Yang Berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Covid-19 Pada Followers Akun Instagram @kemenkes\_ri” menunjukkan bahwa kualitas informasi memiliki pengaruh yang positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Covid-19 pada pengikut akun Instagram @kemenkes\_ri. Hasil ini menunjukkan kualitas informasi pada penelitian ini yaitu akurat, tepat waktu, relevan dan lengkap yang dapat memenuhi kebutuhan informasi seputar Covid-19.

Meskipun sudah banyak penelitian yang membahas pengaruh media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi, sedikit penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh terpaan media sosial dan kualitas informasi pada platform Instagram, khususnya pada akun @fimeladotcom. Sebagian besar studi lebih fokus pada peran media sosial secara umum, tanpa melihat kualitas spesifik informasi yang diberikan oleh akun-akun tertentu. Oleh karena itu, terdapat celah penelitian dalam mengkaji bagaimana faktor kualitas informasi dan terpaan konten pada akun media sosial yang spesifik seperti Instagram dapat mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi pengguna (N. Putri, 2022).

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan memfokuskan pada pengaruh terpaan media sosial dan kualitas informasi yang disajikan oleh akun Instagram @fimeladotcom terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para followers. Penelitian ini juga mengembangkan teori *Uses and Gratification* dengan meneliti secara mendalam bagaimana followers Instagram memilih dan memanfaatkan media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka, serta bagaimana kualitas informasi yang

disampaikan dapat meningkatkan pemenuhan kebutuhan tersebut. Ini memberikan kontribusi baru dalam studi media sosial yang lebih terfokus pada platform visual seperti Instagram, berbeda dengan studi yang lebih umum tentang media sosial lainnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh terpaan konten media sosial dan kualitas informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @fimeladotcom terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi dimensi-dimensi terpaan media sosial dan kualitas informasi yang berkontribusi signifikan dalam memenuhi kebutuhan informasi para pengguna media sosial, khususnya followers akun @fimeladotcom.

Penelitian ini memberikan manfaat baik secara akademis maupun praktis. Secara akademis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai teori Uses and Gratification serta memberikan wawasan baru dalam studi media sosial, khususnya terkait dengan platform Instagram. Praktisnya, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pengelola media sosial dalam meningkatkan kualitas konten mereka untuk lebih memenuhi kebutuhan informasi pengikut mereka. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat digunakan untuk mendukung pengembangan strategi pemasaran dan komunikasi yang lebih efektif di platform media sosial.

## Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengumpulkan data terkait pengaruh terpaan media sosial dan kualitas informasi pada akun Instagram @fimeladotcom terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Dalam penelitian ini, subjek yang diamati adalah followers aktif akun Instagram @fimeladotcom, karena mereka merupakan individu yang terlibat langsung dengan konten yang diposting oleh akun tersebut. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 400 responden yang dipilih secara purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu, seperti pengguna aktif Instagram yang mengikuti akun @fimeladotcom.

Objek penelitian ini adalah akun Instagram @fimeladotcom, yang dikenal sebagai platform media sosial yang fokus pada tren kecantikan, mode, gaya hidup, dan hiburan. Akun ini terpilih karena relevansi kontennya dengan pemenuhan kebutuhan informasi para pengikutnya, khususnya di bidang gaya hidup dan kecantikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana terpaan media sosial dan kualitas informasi yang disampaikan oleh akun tersebut dapat memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarluaskan secara online kepada followers, serta data sekunder yang diambil dari literatur yang relevan.

Populasi dalam penelitian ini adalah 267 ribu orang yang mengikuti akun Instagram @fimeladotcom. Dari populasi tersebut, sampel yang dipilih sebanyak 400 responden dengan menggunakan rumus Slovin untuk memastikan hasil yang representatif. Responden yang dipilih harus memenuhi kriteria sebagai pengguna aktif media sosial Instagram dan followers akun @fimeladotcom. Teknik analisis yang

digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel-variabel yang diteliti terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers.

Dalam penelitian ini penentuan jumlah sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan rumus Slovin karena jumlah populasi yang diketahui, yaitu sebanyak 267 ribu. Maka dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan

Jumlah populasi atau followers yang ada pada akun @fimeladotcom sebesar 267 ribu dengan batas kesalahan maksimal yang ditolerir dalam penelitian ini adalah 0,05 atau 5%.

Maka perhitungannya sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ n &= \frac{267.000}{1 + 267.000(0,05)^2} \\ n &= \frac{267.000}{1 + 267.000(0,0025)^2} \\ n &= \frac{267.000}{1 + 667,6} \\ n &= \frac{267.000}{668,5} \\ n &= 399,4 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan di atas jumlah sampel yaitu 399,4, maka dibulatkan menjadi 400 responden.

## Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian ini merupakan hasil dari studi lapangan yang diperoleh dengan pengumpulan data primer melalui penyebaran kuesioner dengan google form yang kemudian diisi oleh responden dari *followers* pada akun Fimeladotcom sesuai dengan kriteria penelitian yang telah ditentukan, kemudian data primer yang telah didapatkan tersebut diolah dengan program pengolahan data IBM SPSS *versi 26*.

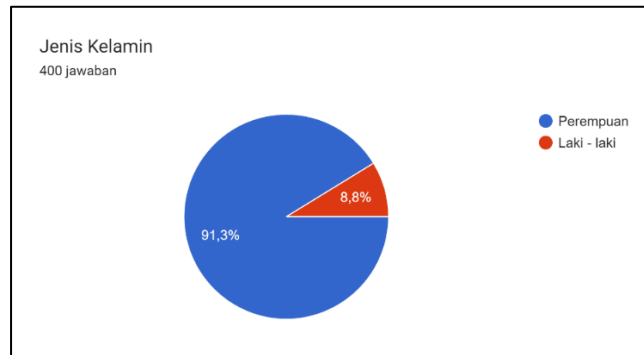
### Analisis Deskriptif Responden

Pada penelitian tentang Pengaruh terpaan media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @fimeladotcom terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers, populasi yang dibutuhkan untuk penelitian adalah para pengikut (*followers*) akun Instagram @explorejogja yang pada tanggal 27 September 2024 terhitung berjumlah 285 ribu orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampling berupa purposive sampling yang merupakan teknik sampling yang memerlukan kriteria tertentu untuk mengambil sampelnya. Kriteria-kriteria tersebut antara lain:

1. Pengguna aktif sosial media Instagram
2. *Followers* Instagram @fimeladotcom

Pembahasan dimulai dengan mengklasifikasikan hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada 400 responden ke dalam satuan presentase dan data diagram sebagai berikut:

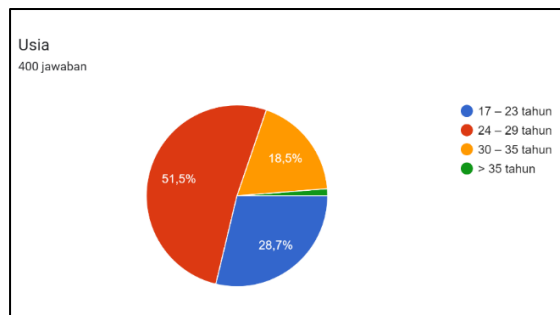
### Jenis Kelamin



**Gambar 1. Diagram Jenis Kelamin**  
(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan gambar 1 peneliti dapat menyimpulkan bahwa dari total 400 responden dengan presentase 100%, terdapat responden perempuan 365 orang atau dengan presentase sebesar 91,3% dan responden laki – laki 35 orang atau dengan presentase 8,8%. Hal ini dapat diartikan bahwa responden yang mengikuti akun @fimeladotcom lebih dominan perempuan karena konten @fimeladotcom lebih menarik minat perempuan, seperti gaya hidup, kecantikan, kesehatan, dan fashion.

### Usia



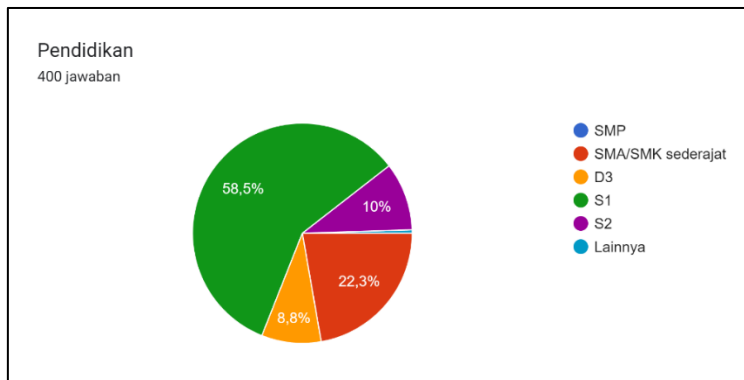
**Gambar 2. Diagram Usia Responden**  
(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan gambar 2 diatas dapat disimpulkan bahwa dari 400 responden yang mengisi kuisisioner dengan presentase 100%, diketahui terdapat 115 responden atau dengan persentase sebesar 28,7% yang berusia 17 – 23 tahun, 206 responden atau dengan persentase sebesar 51,5% yang berusia 24 – 29 tahun, 74 responden atau dengan persentase 18,5% yang berusia 30 – 35 tahun, dan 5 responden atau dengan persentase 1,2% yang berusia diatas 35 tahun. Hal ini dapat diartikan bahwa responden yang



mengikuti akun @fimeladotcom berumur rentang 24 – 29 tahun karna usia umumnya terdiri dari individu yang sudah memasuki tahap dewasa (Agoes dalam Paputungan, 2023), di mana mereka memiliki daya beli dan minat yang lebih besar terhadap produk dan informasi terkait gaya hidup, kecantikan, dan kesehatan – topik yang sering diangkat oleh akun @fimeladotcom

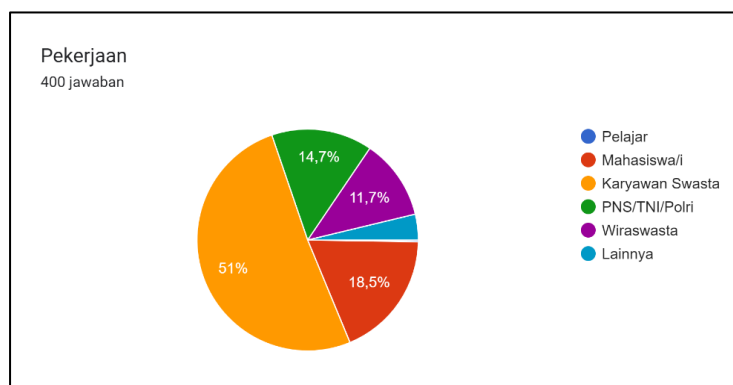
### Pendidikan



**Gambar 3. Diagram Pendidikan Responden**  
(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan gambar 3 diatas dapat disimpulkan bahwa dari 400 responden yang mengisi kuisioner dengan presentase 100%, diketahui terdapat 0 responden atau dengan persentase sebesar 0,0% yang menempuh pendidikan SMP, 89 responden atau dengan persentase sebesar 22,3% yang menempuh pendidikan SMA/SMK sederajat, 35 responden atau dengan persentase 8,8% yang menempuh pendidikan D3, 234 responden atau dengan persentase 58,5% yang menempuh pendidikan S1, 40 responden atau dengan persentase 10% yang menempuh pendidikan S2, dan 2 responden atau dengan presentase 0,5% yang menempuh tingkat pendidikan lainnya. Hal ini dapat diartikan bahwa responden yang mengikuti akun @fimeladotcom di dominasi oleh pendidikan S1.

### Pekerjaan



**Gambar 4. Diagram Pekerjaan Responden**  
(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan gambar 4 diatas dapat disimpulkan bahwa dari 400 responden yang mengisi kuisioner dengan presentase 100%, diketahui terdapat 0 responden atau dengan persentase sebesar 0,0% yang merupakan pelajar, 74 responden atau dengan persentase sebesar 18,5% yang merupakan mahasiswa/i, 204responden atau dengan persentase 51% yang merupakan karyawan swasta, 59 responden atau dengan persentase 14,7% yang merupakan PNS/TNI/POLRI, 47 responden atau dengan persentase 11,7% yang merupakan wiraswasta, dan 15 responden atau dengan presentase 3,7% yang memiliki pekerjaan lainnya. Hal ini dapat diartikan bahwa responden yang mengikuti akun @fimeladotcom di dominasi oleh karyawan swasta.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh pada terpaan media sosial dan kualitas informasi pada akun instagram @fimeladotcom terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dimana peneliti dapat menjelaskan suatu masalah yang hasilkan dapat di sederhanakan. Peneliti mendapatkan hasil penelitian yang sesuai dengan rumusan masalah sebagai berikut.

Terpaan media sosial memiliki 3 dimensi, yaitu frekuensi, durasi dan atensi yang dimana dari ketiga dimensi tersebut secara efektif mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi. Selain itu, kualitas informasi juga berperan penting dalam pemenuhan kebutuhan informasi. Kualitas informasi memiliki 4 dimensi yaitu keakuratan, ketepatan waktu, relevansi dan kelengkapan. Keempat dimensi tersebut dapat mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi

Berdasarkan uji yang telah dilakukan terhadap data yang didapatkan oleh peneliti, maka diperoleh jumlah responden sebanyak 400 responden untuk penelitian ini dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kepercayaan 5%. Kemudian kuesioner disebarkan secara online menggunakan Google Form melalui media sosial untuk mempermudah pengumpulan data. Instrumen kuesioner mencakup beberapa kategori, yaitu nama, jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan. Pada kategori jenis kelamin terdapat 35 responden berjenis kelamin laki-laki dan 365 responden berjenis kelamin perempuan, kemudian pada kategori usia di dominasi dengan rentang usia 24 hingga 29 tahun sebanyak 206 responden dengan presentase 51,5%. Pada kategori pendidikan terakhir di dominasi oleh sarjana S1 sebanyak 234 responden dengan presentase sebesar 58,5%, dan terakhir pada kategori pekerjaan di domunasi oleh karyawan swasta sebanyak 204 responden dengan presentase sebesar 51%.

Setelah menyebarkan kuesioner kepada 400 responden, data yang terkumpul diolah dengan Microsoft Excel sebelum diinput untuk analisis menggunakan software SPSS versi 26. Selanjutnya, peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas pada 30 responden terlebih dahulu. Seluruh pertanyaan pada kuesioner dinyatakan valid dengan membandingkan hasil r-hitung dengan r-tabel (0,361). Pada variabel terpaan media sosial (X1) memiliki nilai r-hitung sebesar 0,584 hingga 0,890, variabel kualitas informasi (X2) memiliki r-hitung sebesar 0,616 hingga 0,895 dan variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y) memiliki r-hitung sebesar 0,568 hingga 0,848 dimana r-hitung pada seluruh pertanyaan lebih besar dari pada r-tabel (0,361). Kemudian, untuk uji reliabilitas menunjukan bahwa nilai Cronbach's Alpha > 0.60. maka pernyataan tersebut dinyatakan reliabel. Pada variabel terpaan media sosial (X1) memiliki nilai Cronbach's Alpha

sebesar 0,761, variabel kualitas informasi (X2) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,978 dan variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,971. Seluruh pernyataan kuesioner dinyatakan reliabel karna memiliki memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

Pada variabel terpaan media sosial (X1) terdapat 3 dimensi pada kuesioner yaitu frekuensi, durasi dan atensi. Pada dimensi frekuensi menjelaskan suatu rutinitas atau seberapa kali seseorang menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari akun Instagram @fimeladotcom. Kemudian, pada dimensi durasi menjelaskan berapa lama seseorang mengakses dan mengkonsumsi isi pesan dari akun Instagram @fimeladotcom. Lalu, pada dimensi atensi menjelaskan tingkat perhatian yang diberikan seseorang dalam menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari akun Instagram @fimeladotcom.

Pada variabel kualitas informasi (X2) terdapat 4 dimensi pada kuesioner yaitu keakuratan, ketepatan waktu, relevansi dan kelengkapan. Pada dimensi keakuratan menjelaskan bahwa informasi yang disajikan oleh @fimeladotcom terbebas dari kesalahan dan mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Kemudian, pada dimensi ketepatan waktu menjelaskan bahwa informasi yang diberikan akun instagram @fimeladotcom tidak boleh terlambat dan harus tepat waktu. Lalu, pada dimensi relevansi menjelaskan bahwa informasi yang disampaikan akun instagram @fimeladotcom bermanfaat bagi pengikutnya. Dan dimensi terakhir kelengkapan, menjelaskan bahwa informasi yang di sampaikan akun instagram @fimeladotcom harus lengkap agar tidak menimbulkan kesalahan informasi.

Pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi followers (Y) terdapat 4 dimensi pada kuesioner yaitu *current need approach*, *everyday need approach*, *exhaust need approach* dan *catching up need approach*. Dimensi *current need approach* atau pendekatan kebutuhan informasi mutakhir merupakan Pendekatan kebutuhan akan informasi atau data terbaru yang mendorong setiap pengguna yang membutuhkan informasi untuk senantiasa selalu aktif mencari dan mendapatkan informasi terbaru dari akun Instagram @fimeladotcom. Lalu, dimensi , *everyday need approach* atau pendekatan kebutuhan informasi rutin menjelaskan bahwa informasi yang diperoleh akun instgarma @fimeladotcom berkaitan dengan apa yang dibutuhkan secara cepat dan spesifik oleh pengikut. Kemudian, dimensi *exhaust need approach* atau pendekatan kebutuhan informasi mendalam menjelaskan bahwa informasi yang diberikan akun instagram @fimeladotcom harus bersifat mendalam, utuh dan spesifik. Terakhir, dimensi *catching up need* atau pendekatan kebutuhan informasi sekilas menjelaskan bahwa informasi yang diberikan akun instagram @fimeladotcom secara singkat, lengkap dan *up to date*.

Tahap berikutnya, penulis melakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji linearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Pada uji normalitas penulis menggunakan Kolmogorov Smirnov maka terdapat hasil signifikansi yang didapatkan sebesar 0,55. Hasil tersebut sesuai dengan ketentuan uji normalitas data, karena signifikansi sebesar  $0,55 > 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi normal. Kemudian, uji linearitas hasil yang didapatkan bahwa *Sig. Deviation from linearity X1*  $0,32 > 0,05$  dan *Sig. Deviation from linearity X2*  $0,520 > 0,05$  maka dapat disimpulkan terdapat hubungan yang linear antara Terpaan Media Sosial, Kualitas Informasi dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi.

Berikutnya pada uji heteroskedastisitas hasil yang didapatkan bahwa di dalam scatter plot atau grafik plot tersebut setiap titik tidak ada yang membentuk pola tertentu

dan cenderung menyebar di atas dan dibawah nilai 0, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Kemudian untuk menguatkan hasil di atas, penulis juga melakukan pengujian tambahan melalui uji spearman nilai signifikansi tiap variabel lebih dari 0,05 dan dapat dikatakan bahwa hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Selanjutnya penulis melakukan uji multikolinearitas yang menghasilkan data yang digunakan tidak terjadi multikolinearitas karna telah diuji dengan kriteria yang telah ditentukan.

Setelah melakukan uji asumsi klasik, penulis melakukan uji regresi linear berganda, pengaruh untuk setiap variabel independent yaitu  $X_1$  (terpaan media) dan  $X_2$  (kualitas informasi) terhadap variabel dependen yaitu  $Y$  (pemenuhan kebutuhan informasi) yaitu:

$$Y = 14.809 + 0.121 X_1 + 0.687 X_2$$

Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap variabel independen ( $X$ ) memberikan hasil yang positif pada variabel dependen ( $Y$ ), artinya kualitas informasi pada akun instagram @fimeladotcoml memiliki pengaruh positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Semakin baik kualitas informasi maka akan semakin pemenuhan kebutuhan informasinya.

Berikutnya, penulis melakukan uji hipotesis yang terdiri uji  $T$  (parsial) dan uji  $F$  (simultan). Pertama uji  $T$  (parsial), bertujuan untuk mengetahui jika variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hasil dari uji  $T$  tersebut kedua variabel independen mendapatkan hasil yang lebih besar dari  $t$ -tabel yaitu 4,006 untuk variabel terpaan media sosial ( $X_1$ ) dan 20,185 untuk variabel kualitas informasi ( $X_2$ ) dengan nilai signifikan kedua variabel  $X$   $0,000 < 0,05$ . Maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan media sosial dan kualitas informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers pada akun instagram @fimeladotcom. Dan uji terakhir yaitu uji  $F$  yang bertujuan untuk menguji kedua variabel  $X$  secara simultan terhadap variabel  $Y$ . Berdasarkan uji  $F$  dalam uji hipotesis variabel didapatkan hasil nilai  $F$  hitung ( $706,857$ )  $> F$  tabel ( $3,02$ ) dan nilai signifikansi kedua variabel secara bersamaan sebesar  $0,000 < 0,50$ . Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Terpaan Konten ( $X_1$ ) dan Kualitas Informasi ( $X_2$ ) terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi ( $Y$ ).

Kedua variabel independen dapat mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji koefisien determinasi yang memiliki nilai  $R$  Square sebesar 0,781 atau 78,1%. Ini berarti 78,1% variabel  $Y$  (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) dipengaruhi oleh variabel  $X_1$  (Terpaan Media Sosial) dan  $X_2$  (Kualitas Informasi), sementara 21,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

### **Pembahasan Hasil Penelitian**

Penelitian ini terkait dengan teori *Uses and Gratification*, di mana pengikut akun Instagram @fimeladotcom memiliki kebebasan dalam memilih sumber informasi untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dalam konteks ini, mereka menggunakan Instagram sebagai media untuk mendapatkan informasi yang diperlukan, khususnya terkait gaya hidup, kecantikan, dan kesehatan. Pengikut akun @fimeladotcom memilih dan menilai informasi berdasarkan kualitas serta pengalaman orang lain yang dibagikan melalui

platform tersebut. Proses ini memungkinkan pengikut untuk membandingkan informasi dengan sumber lain, yang kemudian mempengaruhi pola pikir mereka dalam memenuhi kebutuhan informasi. Keputusan untuk mempercayai suatu informasi atau kemudahan akses terhadap informasi tersebut menjadi faktor penting yang akhirnya mempengaruhi tindakan pengikut dalam memenuhi kebutuhan informasi mereka.

Teori *Uses and Gratification* menyatakan bahwa pengguna secara aktif memilih sumber informasi yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Dalam penelitian ini, followers akun Instagram @fimeladotcom dapat dikategorikan sebagai pengguna media yang aktif. Mereka memiliki kebebasan untuk memilih akun mana yang akan diikuti berdasarkan minat dan kebutuhan informasi mereka. Hasil penelitian yang menunjukkan keterlibatan followers dengan akun @fimeladotcom mengindikasikan bahwa mereka secara aktif memilih akun ini sebagai sumber informasi yang relevan dengan gaya hidup, kecantikan, dan kesehatan.

Asumsi teori yang kedua, pengguna media yang merupakan followers akun @fimeladotcom memiliki tujuan spesifik ketika mengikuti akun tersebut, seperti mendapatkan tips kecantikan, inspirasi gaya hidup, atau informasi kesehatan. Terpaan konten dan kualitas informasi yang disajikan oleh akun ini harus memenuhi kebutuhan dan tujuan followers tersebut. Jika konten yang disajikan sesuai dengan tujuan mereka, hal ini memperkuat keinginan mereka untuk tetap terlibat dengan akun tersebut. Asumsi teori yang ketiga, Instagram @fimeladotcom bersaing dengan akun-akun lain dalam kategori serupa untuk mendapatkan perhatian followers. Terpaan informasi yang berkualitas tinggi menjadi faktor penting dalam memenangkan persaingan ini. Ketika akun @fimeladotcom mampu memberikan informasi yang menarik dan relevan, hal ini meningkatkan kemungkinan followers untuk lebih sering terlibat dan mengarahkan perhatian mereka pada konten yang disajikan, daripada berpindah ke akun lain.

Asumsi teori yang keempat, followers akun @fimeladotcom tidak hanya dipengaruhi oleh informasi yang disajikan, tetapi juga oleh konteks sosial dan elemen sosial di sekitar mereka. Misalnya, tren kecantikan atau gaya hidup yang sedang berkembang di kalangan sosial mereka dapat mendorong followers untuk mencari informasi dari akun @fimeladotcom. Dengan demikian, terpaan informasi dari akun ini tidak hanya bergantung pada kualitas konten, tetapi juga pada relevansinya dengan konteks sosial followers. Asumsi teori yang kelima, terpaan dan kualitas informasi dari akun @fimeladotcom mempengaruhi sejauh mana followers merasa kebutuhan informasinya terpenuhi. Ketika akun tersebut mampu menyediakan informasi yang dibutuhkan, hal ini menghasilkan efek positif seperti peningkatan keterlibatan followers, loyalitas terhadap akun, dan bahkan kemungkinan untuk membagikan informasi tersebut kepada jaringan sosial mereka. Penggunaan akun @fimeladotcom oleh followers dan efek yang dihasilkan menunjukkan hubungan yang erat antara kualitas media dan pemenuhan kebutuhan pengguna.

Berdasarkan pembahasan teori *Uses and Gratifications*, terpaan media dan kualitas informasi sama-sama berperan penting dalam memenuhi kebutuhan informasi followers akun Instagram @fimeladotcom, namun kualitas informasi memiliki pengaruh yang lebih signifikan. Kualitas yang tinggi meningkatkan kepercayaan followers karena informasi yang akurat dan relevan sesuai dengan minat mereka, seperti gaya hidup, kecantikan, dan kesehatan. Akun @fimeladotcom bersaing dengan akun lain, sehingga informasi yang berkualitas lebih mampu menjaga loyalitas dan keterlibatan followers dibandingkan hanya terpaan konten. Selain itu, kualitas informasi juga berpengaruh dalam konteks

sosial, di mana followers lebih cenderung mempercayai dan membagikan informasi yang bermanfaat bagi komunitas mereka. Pengguna media yang aktif tidak hanya mencari informasi, tetapi juga secara selektif memilih sumber yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan mereka, sehingga kualitas informasi lebih mempengaruhi keputusan mereka untuk tetap terlibat. Singkatnya, kualitas informasi lebih berdampak pada pemenuhan kebutuhan informasi followers dibandingkan dengan sekadar terpaan media. Hal ini sejalan dengan asumsi dasar dari teori *Uses and Gratifications*, di mana pengguna media secara aktif memilih dan menggunakan media yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan mereka, serta dipengaruhi oleh konteks sosial yang ada.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap variabel-variabel yang diteliti, yaitu pengaruh terpaan media sosial dan kualitas informasi pada akun Instagram @fimeladotcom terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers, dapat disimpulkan bahwa variabel terpaan media sosial (X1) dan kualitas informasi (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Secara simultan, baik terpaan konten maupun kualitas informasi juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *Uses and Gratification*, yang menjelaskan bahwa pengguna aktif media sosial memilih sumber informasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Followers akun @fimeladotcom memilih platform ini karena menyediakan konten yang relevan dengan minat mereka, seperti gaya hidup, kecantikan, dan hiburan. Keakuratan dan kesesuaian konten dengan minat pribadi mempengaruhi keputusan mereka untuk mengakses informasi, sementara interaksi dengan konten juga turut mempengaruhi efek yang diterima.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, dapat disimpulkan bahwa terpaan media sosial dan kualitas informasi yang diunggah oleh akun Instagram @fimeladotcom memiliki pengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Konten yang disajikan mampu memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya, sehingga membentuk persepsi dan kepercayaan terhadap akun tersebut. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan variabel yang diteliti dengan mempertimbangkan faktor eksternal lain, seperti demografi atau budaya sosial followers. Penelitian lebih lanjut juga bisa membandingkan pengaruh konten dari berbagai jenis akun media sosial, seperti akun hiburan atau pendidikan, untuk melihat perbedaan dampak terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna.

## Kesimpulan

- Agustian, H. et al. (2023). Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa Program Studi S1 Perpustakaan Dan Sains Informasi Uksw Menggunakan Model Kuhltau. *Jurnal Papyrus*, 2(4), 1–10.
- Dara Andena, C. (2023). *Motif Penggunaan Second Account Media Sosial Pada Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Prodi Ilmu Komunikasi 2019*. Kodeuniversitas041060# UniversitasBuddhiDharma.
- Gunawan, A. (2019). Transformasi Musik Tingkilan Kutai Dalam Kontinuitasnya Di Era

- Globalisasi (Sebuah Pendekatan Etnomusikologis). *Prosiding Seminar Nasional Bahasa, Sastra, dan Seni (Sesanti)*, 1–16.
- Hendarsih, V. G., & Banowo, E. (2023). Pengaruh Terpaan dan Kredibilitas Instagram@Netflixid Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Trailer Film Bagi Followers. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(1), 102–113.
- Lestyaningrum, I. K. M., Trisiana, A., Safitri, D. A., Pratama, A. Y., & Wahana, T. P. (2022). *Pendidikan global berbasis teknologi digital di era milenial*. Unisri Press.
- Marpaung, J. (2018). Pengaruh penggunaan gadget dalam kehidupan. *KOPASTA: Journal of the Counseling Guidance Study Program*, 5(2).
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan teknologi dan pola hidup manusia dalam perspektif sosial budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi*, 2(1), 33–47.
- Nurhaditio D., & Hartanto, E., M. (2023). Pengaruh Terpaan Dan Kualitas Informasi Pada Akun Instagram @Animolife Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(2), 57–62.
- Putra, R. H. (2020). Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Kepuasan Pengguna Akhir Software Analisis Kredit. *Jurnal Akuntansi*, 10(3), 245–260.
- Putri N., & Zulfebriges, N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Infobandungraya terhadap Pemenuhan Kebutuhan Infomasi Followers. *Jurnal Marketing Digital*, 5(3), 45–60.
- Putri, N. (2022). Hubungan Kualitas Informasi Akun Instagram @Seputar.Aespa Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 17(2), 119–140.
- Putri, N. A. F. (2024). *Kecenderungan Mahasiswa FISIP Universitas Hasanuddin Dalam Memanfaatkan Media Sosial Sebagai Sumber Pembelajaran= The Preference of FISIP Hasanuddin University Students to Utilizing Social Media as a Source of Learning*. Universitas Hasanuddin.
- Ramadhani, I. A., Silalahi, R. P., Yuliandra, S., Sembiring, N. D., Stevani, F. A., Pridehan, S., Al-Anshari, M. F., Maharani, V., & Dimyati, D. (2024). Implementasi Teknologi Dalam Pendidikan Pada Pembelajaran Hybrid Di Sekolah SMP Negeri 85 Jakarta Dan SMA Negeri 34 Jakarta. *Lencana: Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan*, 2(1), 103–118.
- Ramadhani, O., & Khoirunisa, K. (2025). Generasi Z dan Teknologi: Gaya Hidup Generasi Z di Era Digital. *JURNAL PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL (JUPENDIS)*, 3(1), 323–331.
- Richadinata, K. R. P., & Astitiani, N. L. P. S. (2021). *Pengaruh iklan sosial media terhadap keputusan pembelian konsumen di lingkungan Universitas Bali Internasional*. Udayana University.
- Rohmiyati, Y. (2017). Studi Komparasi Kebutuhan Informasi Kepala Keluarga Pria dan Wanita. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 1(2), 101–109.
- Safitri, A. O., Handayani, P. A., & Herlambang, Y. T. (2023). Manusia dan Teknologi: Studi Filsafat Tentang Peran Teknologi Dalam Kehidupan Sosial. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 2(4), 12171–13157.
- Saputra I., & Hartanto, E., M. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Covid-19 Pada Followers Akun Instagram @Kemenkes\_Ri. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 107–114.

- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram@ Humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133.
- Thahura, H., Safitri, J., Muna, K., & Qibtiah, M. (2023). Konsep Perilaku Beragama pada Generasi Milenial Muslim di Era Globalisasi dan Modernisasi. *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 2(2), 1–12.