



EISSN : [27164012](#)

ISSN : [23384751](#)

DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah

Jl. Maulana Yusuf No.10 Babakan, Kecamatan Tangerang, Kota
Tangerang, 15118 Banten

PENGARUH POSTINGAN AKUN INSTAGRAM @ABOUTTNG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI KULINER FOLLOWERS

¹Endang Tri Santi; ²Mela Amelia; ³Rahmi Mulyasih
Universitas Serang Raya
Email: endangts@unsera.ac.id

Article Information :

Submitted: 7 Juni 2023

Revised: 16 Juli 2023

Published: 17 Juli 2023

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of posting on the @abouttng Instagram account on fulfilling the culinary information needs of followers. This study uses a positivist paradigm, a quantitative approach, and uses the uses and gratification theory. The population in this study amounted to 100 respondents, with the sampling technique using the Simple Random Sampling method, namely the selection of samples at random, where each member of the population has the same opportunity to be selected as a sample. The research data was obtained by using a questionnaire technique using an ordinal scale, while the supporting data were obtained from the literature. The results of this study indicate that posting to the Instagram account @abouttng influences fulfilling the culinary information needs of followers. The results of the calculation of the RSquare value of 0.675 explain that 45% of the @abouttng Instagram account affects the fulfillment of culinary information needs while the remaining 55% is influenced by other variables not examined in this variable. The results of the hypothesis test show that there is a significant influence on Instagram account postings on fulfilling the culinary information needs of followers.

Keyword: *Uses and Gratification Theory, Instagram, Information Needs*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh postingan akun instagram @abouttng terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kuliner followers. Penelitian ini menggunakan paradigma positivis, pendekatan kuantitatif, dan menggunakan teori uses and gratification. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 responden, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode Simple Random Sampling yaitu pemilihan sampel secara acak, dimana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Data penelitian diperoleh dengan teknik kuesioner menggunakan skala ordinal sedangkan data pendukung didapat dari kepustakaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa postingan akun instagram @abouttng memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kuliner followers. Hasil perhitungan nilai RSquare sebesar

0,675 menjelaskan bahwa 45% akun instagram @abouttng berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kuliner sedangkan 55% sisanya dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam variable ini. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap postingan akun Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kuliner followers.

Kata Kunci: Teori Uses and Gratification, Instagram, Kebutuhan Informasi

A. PENDAHULUAN

Manusia adalah makhluk sosial yang mampu berkomunikasi dengan makhluk lain di dalam hidup, manusia membutuhkan informasi untuk kelangsungan hidupnya. Manusia berkomunikasi untuk mendapatkan informasi dan mencari informasi. Informasi dapat diperoleh dengan cara berbicara dengan orang lain ataupun melalui media.

Semakin berkembangnya teknologi di dunia sudah banyak memiliki hubungan yang sangat erat dengan yang namanya internet. Bahkan bisa dikatakan manusia tidak bisa lepas dari internet. Saat ini berbagai aplikasi yang menyediakan jejaring sosial semakin banyak melalui internet. Penggunaan internet yang sangat mudah dan dapat diakses kapan saja dan dimana saja melalui handphone, tablet, atau laptop.

Menurut Livingstone dalam buku (McQuail, 2012) interaktivitas dengan ciri inovatif bagi komunikasi massa, yaitu jenis konten yang tidak terbatas, jangkauan khalayak, dan sifat global dari komunikasi. Oleh karena itu, internet menjadikan kegiatan berkomunikasi dapat dilakukan kapan pun dan dimana pun, sehingga biaya yang digunakan untuk berkomunikasi juga menjadi sangat murah.

Pengguna internet bisa dilihat dari hasil survei yang dilakukan oleh Kepios dan We Are Social pada tahun 2022. Telah diketahui, bahwa pengguna internet di Indonesia telah mencapai 204,7 juta pengguna per Januari 2022 dari total populasi sebanyak 277,7 juta jiwa. Indonesia merupakan salah satu yang tercepat di dunia karena pengguna internetnya mencapai 73,7%.

Terdapat beberapa jejaring sosial yang populer untuk saat ini, salah satunya aplikasi untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan mengambil video, aplikasi tersebut dinamakan Instagram. Instagram adalah salah satu media sosial yang semakin berkembang, awal mulanya pengguna menggunakan Instagram untuk berbagi foto dan video lalu membagikannya kepada pengguna lain. Namun, saat ini Instagram bisa memudahkan pengguna sebagai media untuk melihat berbagai informasi dan bisa memberikan informasi kepada pengguna lain.

Instagram adalah salah satu media yang menjadi kebutuhan informasi untuk *followers*. Bahkan tak jarang banyak pengguna yang memanfaatkan Instagram sebagai sarana untuk berbisnis dan dapat digunakan sebagai sarana promosi yang dianggap memiliki jangkauan lebih luas dibanding promosi melalui offline (Djauhari, 2022). Begitupun yang dilakukan oleh @abouttng. Sebagai media yang memanfaatkan media social Abouttng adalah salah satu komunitas yang ada di Tangerang. Komunitas ini dibentuk pada tanggal 11 November 2014. Akun Instagram @abouttng merupakan portal kreatif daerah yang memperkenalkan Tangerang. Akun Instagram @abouttng ini menyebarkan berbagai informasi salah satunya informasi kuliner, dengan mengunggahnya melalui postingan Instagram. Dalam waktu satu minggu akun Instagram @abouttng memposting hingga 21 postingan.

Abouttng tidak hanya di media sosial Instagram, melainkan di platform lainnya seperti Website, Youtube, Facebook, Twitter, dan TikTok. Namun media sosial Instagram menjadi salah satu media yang paling aktif dalam menyebarkan informasi. Akun Instagram @abouttng tidak hanya menjadi media untuk berkomunikasi tetapi sebagai media informasi seputar kuliner yang berada di Tangerang.

Tak hanya itu dalam media sosial pun mulai banyak media yang menerapkan strategi ataupun inovasi demi mempertahankan eksistensinya demi memperluas jaringan informasi di seluruh dunia, untuk itu mulai bermunculan seperti vlog youtube kuliner, informasi kuliner melalui siaran langsung atau sejenisnya. Hal tersebut pun sangat berpengaruh terhadap penonton dalam memenuhi kebutuhan informasi yang layak.

Penelitian ini dirasa penting dilakukan guna memberikan gambaran bahwa apakah benar dalam dunia cyber seperti saat ini platform media sosial khususnya Instagram memberikan pengaruh kepada khalayak dalam mengakses sebuah informasi, dan mengapa kemudian peneliti tertarik meneliti @abouttng karena dalam platform tersebut menyajikan informasi kuliner terkini yang ada di kota Tangerang.

B. TINJAUAN PUSTAKA

New Media (Media Baru)

New media adalah media yang menggambarkan proses penyampaian informasi melalui teknologi digital. New Media juga merupakan media yang bisa diakses di mana saja dan bermanfaat untuk berbagai kegiatan sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, dan lainnya. Menurut (McQuail, 2012) terdapat perubahan-perubahan utama yang berkaitan dengan munculnya media baru, yaitu: digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek media, interaktivitas dan konektivitas jaringan yang semakin meningkat, mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima, adaptasi terhadap peranan publikasi dan khalayak, munculnya beragam bentuk media baru.

Lebih lanjut McQuail mengidentifikasi media baru dalam lima kategori, yaitu:

- a. Media Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication Media*)
- b. Media Permainan Interaktif (*Interarctive Play Media*)
- c. Media Pencarian Informasi (*Information Search Media*)
- d. Media Partisipasi Kolektif (*Collective Participatory Media*)
- e. Substitusi Media Penyiaran (*Substitution of Broadcasting Media*)

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kehadiran new media dengan perkembangan teknologi menawarkan begitu banyak kemudahan. Segala sesuatunya menjadi lebih mudah dengan media online, mulai dari berkomunikasi dan bertukar informasi tanpa harus bertatap muka.

Media Sosial

Media sosial adalah media online berbasis internet yang memberikan penawaran penggunaan yang sangat mudah dan menarik untuk digunakan sebagai sarana komunikasi manusia dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Van Dijk (2013) (Nasrullah, 2021), media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan

antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Menurut Williamson dalam (Widjajanto, 2013) menyatakan bahwa media sosial adalah menyatakan bahwa media sosial adalah media yang di desain untuk menyebarkan pesan melalui interaksi sosial dan dibuat dengan teknik-teknik publikasi yang sangat mudah diakses dan berskala besar. Adapun menurut Alexa (Anam, 2022) media sosial global teratas pada akhir tahun 2018 yang menjadi favorit pengguna adalah Facebook, Instagram, Twitter, dan lain-lain.

Instagram

Menurut (Atmoko, 2012) Instagram dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan dapat meningkatkan kreatifitas, karena instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih bagus, lebih indah, dan lebih artistik. Terdapat beberapa bagian yang sebaiknya digunakan dalam mengunggah konten ke Instagram agar lebih informatif, diantaranya :

- a. Caption
- b. Share
- c. Hashtag

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Instagram adalah salah satu media sosial yang sangat berpengaruh bagi penggunanya dan dapat menarik pengguna yang melihatnya, dalam bentuk foto ataupun video yang dipostingnya. Sehingga kemudian dalam penelitian ini Postingan/ unggahan akun Instagram dapat dijadikan variabel X yakni variabel yang dapat mempengaruhi variabel Y.

Kebutuhan Informasi

Informasi adalah hal yang dibutuhkan oleh setiap manusia. Informasi akan selalu dibutuhkan oleh manusia untuk kebutuhan akan pengetahuan. Semakin banyak informasi yang didapatkan, maka semakin banyak pula pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang.

Kebutuhan informasi menurut Guha (Puspitadewi, 2016) terdapat beberapa jenis yang berkaitan dengan kebutuhan informasi, yaitu:

- a. *Current Need Approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Terbaru)
- b. *Everyday Need Approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin)
- c. *Exhaustic Need Approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam)
- d. *Catching-Up Need Approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Ringkas)

Berdasarkan penjelasan di atas, diketahui bahwa kebutuhan informasi akan terpenuhi jika penggunanya mendapatkan informasi yang lengkap dan mendalam, serta tanpa adanya celah atau kekurangan pada suatu informasi. Oleh karenanya dalam penelitian ini Kebutuhan Informasi menjadi variabel Y yakni variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel X.

Kuliner

Kuliner merupakan suatu bagian hidup yang berkaitan dengan konsumsi makanan sehari-hari, karena setiap manusia memerlukan makanan. Mulai dari makanan tradisional hingga makanan yang kekinian. Kuliner akan semakin menarik jika mempunyai pelayanan yang baik, lokasi strategis, dan suasana tempat yang unik. Hal tersebut belum lengkap jika

kuliner hanya dipasarkan secara biasa namun juga harus disebarluaskan informasinya mengenai kuliner melalui konten kuliner sebagai pemenuhan kebutuhan informasi untuk para pencari kuliner.

Konten Kuliner

Konten adalah salah satu media untuk berkomunikasi dengan pengguna media yang lainnya. Konten dapat berupa teks, gambar, grafis, video, suara, dan lain-lain. Banyak sekali jenis-jenis konten yang mulai ada di berbagai platform media, seperti pada media sosial. Seperti halnya saat ini banyak sekali cara promosi makanan/minuman dengan inovasi menarik menggunakan konten kreatif.

Dalam konsep kuliner yang dilakukan para pembisnis kuliner dengan membuat suatu produk di pasarkan agar peminatnya lebih luas jangkauannya. Konten mengenai kuliner ini sebagai cara dalam mempromosikan kuliner di berbagai daerah dengan cara yang kreatif dan inovatif yang di mana pada konten-konten tersebut terdapat ide atau konsep dengan unsur-unsur yang menarik agar penikmat kuliner tertarik.

Konten mengenai kuliner ini di pengaruhi beberapa hal seperti video yang inovatif tentang dekorasi dan gambaran jelas mengenai suasana wisata kuliner, ataupun pendapat dari penikmat kuliner yang konsep tersebut di jadikan satu untuk di publikasi. Namun tidak semua media dapat memberikan kebutuhan informasi kuliner akan mudah berhasil mempengaruhi dan memberikan kecukupan informasi mengenai kuliner tersebut.

Followers

Dalam media sosial Instagram, followers atau pengikut adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna yang lain. Dengan adanya hal ini menjadikan terjalannya komunikasi antara sesama pengguna Instagram, dengan cara memberikan like atau tanda suka maupun memberikan komentar pada postingan pengguna Instagram lainnya. Followers juga menjadi salah satu indikasi penting, selain jumlah like dan komentar yang dapat mempengaruhi suatu unggahan populer atau yang banyak dilihat orang, atau malah sebaliknya. Bahkan semakin banyak jumlah followers, bisa menjadikan penggunanya dikenal banyak orang.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa jumlah followers yang semakin banyak dapat membuat penggunanya lebih dikenal oleh banyak orang.

C. METODE

Penelitian ini menggunakan paradigma positivis. Menurut (Bungin, 2017) dalam penelitian kuantitatif atau paradigma positivis, mengasumsikan bahwa positivis memiliki pengaruh yang amat kuat terhadap berbagai disiplin ilmu. Pandangan positivis ini begitu kuat mengklaim bahwa ilmu (sains) adalah ilmu pengetahuan yang nyata dan positivistic, sehingga ilmu pengetahuan yang tidak positivistic bukanlah ilmu (sains).

Dalam penelitian ini, pada paradigma positivis, suatu gejala dapat diklasifikasikan, dan hubungan gejala bersifat kausal (sebab-akibat), maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan beberapa variabel saja.

Hubungan antara variabel yang akan diteliti selanjutnya disebut dengan paradigma penelitian. Jadi paradigma penelitian dapat diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah

rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian.

Pendekatan Penelitian

Penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur dengan instrumen-instrumen penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistik (Creswell, 2016). Laporan akhir untuk penelitian ini pada umumnya memiliki struktur yang ketat dan konsisten mulai dari pendahuluan, tinjauan pustaka, landasan teori, metode penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

Untuk menguji hipotesis yang menyatakan bahwa postingan akun Instagram @abouttng memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kuliner followers, maka peneliti mencoba menguji apakah terdapat pengaruh variabel X terhadap variable Y dalam penelitian ini.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, metode survei adalah metode yang menggunakan pertanyaan yang terstruktur untuk dibagikan kepada responden dan seluruh jawaban yang telah diperoleh peneliti dicatat, diolah, dan dianalisis.

Dalam survei proses pengumpulan dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail melalui kuesioner sebagai instrument utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik (Kriyantono, 2012).

Tujuan survei yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah untuk menggambarkan bagaimana pengaruh postingan akun Instagram @abouttng terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kuliner followers. Dari jawaban-jawaban yang terkumpul dari berbagai responden, maka peneliti akan dapat menarik kesimpulan sehingga akan terjawab apa dan bagaimana pengaruh postingan akun Instagram @abouttng terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kuliner followers.

Populasi

Populasi menurut Sugiyono (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2017) populasi adalah suatu gagasan yang terdiri objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah followers akun instagram @abouttng pada bulan September 2022 yang berjumlah 998.000 followers.

Sampel

Metode yang digunakan adalah *Simple Random Sampling* ini, yaitu pemilihan sampel secara acak, dimana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Responden dalam penelitian ini adalah pengikut @abouttng yang aktif memiliki akun media sosial instagram dan pengguna aktif instagram (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2018).

Jumlah followers yang ada di akun instagram @abouttng 998.000 followers. Penentuan rumus yang digunakan adalah rumus Taro Yamane dengan presisi ditetapkan 10% dengan tingkat 90%, maka besarnya sampel yang digunakan adalah 99,98 orang yang dibulatkan

menjadi 100 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulllkan data. Kuesioner adalah daftar pertanyaan atau pernyataan yang harus di isi oleh responden. Menurut Sugiyono metode kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2017). Dalam penelitian ini kuesioner dibagikan kepada responden yang dimana respondennya adalah followers akun instagram @abouttng.

D. TEMUAN HASIL PENELITIAN

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis Regresi Linier sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Teknik statistik regresi digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel postingan akun Instagram dan variabel kebutuhan informasi kuliner followers apakah positif atau negatif sekaligus memprediksi nilai setiap variabel mengalami kenaikan atau penurunan. Adapun persamaan analisis regresi linier sederhana adalah:

Dimana:

Y = Variabel Terikat

X = Variabel Bebas

α = konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

e = standar eror

Dapat diketahui bahwa perhitungan persamaan regresi linier sederhana diperoleh bahwa:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 6,222 + 0,759X + e$$

Dengan mengacu pada persamaan regresi yang diperoleh maka model regresi tersebut dapat di interpretasikan nilai koefisien $\beta = 0,759$ berarti variabel postingan akun instagram (X) memberikan pengaruh terhadap kebutuhan informasi kuliner followers (Y)

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (r^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial digunakan koefisien determinasi (Siregar, 2017) Dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (r^2) sebesar 0,675 maka dapat dihitung sebagai berikut:

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

$$Kd = 0,6752 \times 100\%$$

$$Kd = 0,455\% = 45\%$$

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan oleh nilai

R square adalah 45%.

Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis ada atau tidaknya pengaruh postingan akun instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kuliner *followers*.

Pada penelitian ini menggunakan $10\% : 2 = 0,05$ dari $100 - 2 = 98$ responden dan menunjukkan angka t_{tabel} pada 1,664.

Jadi hasil yang diperoleh dari t_{hitung} dan t_{tabel} sebagai berikut:

$$t_{tabel} = 1,664 \quad t_{hitung} = 9,046$$

Kriteria penerimaan hipotesis dapat dilihat di bawah ini:

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} = 9,046$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,664$ H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan begitu dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan postingan akun Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kuliner *followers*.

E. DISKUSI

Dalam Penelitian ini, peneliti menyebarkan kuisioner sebanyak 100 responden untuk mengetahui apakah ada pengaruh postingan akun Instagram @abouttng terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kuliner *followers* dan hasilnya adalah terdapat pengaruh yang signifikan. Dengan demikian Caption, Share, Hastag pada konten yang ada di akun Instagram mempengaruhi *followers* dalam memenuhi kebutuhan informasi tentang kuliner di kota Tangerang. Keterbaruan penelitian ini dengan penelitian yang ada sebelumnya adalah terletak pada locus penelitian dan variabel yang diuji.

F. KESIMPULAN

Postingan Akun Instagram memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *followers*, oleh karenanya *Followers* diharapkan dapat menyaring aplikasi media sosial yang dapat memberikan manfaat yang positif, salah satunya adalah aplikasi Instagram pada akun Instagram @abouttng dalam memenuhi kebutuhannya atas suatu informasi.

Masyarakat diharapkan untuk memperbanyak dan memanfaatkan media sosial terutama Instagram untuk menjadi salah satu sumber informasi yang valid dan akurat.

REFERENSI

BUKU

Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.

Bungin, B. (2017). *Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada.

Creswell, J. W. (2016). *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Yogyakarta:

Pustaka Belajar.

- Kriyantono, R. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- McQuail, D. (2012). *Teori Komunikasi Massa* (Vol. Edisi 6). Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasrullah, R. (2021). *Media Sosial. Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Puspitadewi, I. (2016). Pemanfaatan "Twitter TMCPoldaMetro" Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya. *Jurnal Kajian Informasi dan Perpustakaan*, 21-28.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widjajanto, K. (2013). *Perencanaan Komunikasi : Konsep dan Aplikasi*. Bandung: CV Ultimus.

Jurnal

- Anam, K. (2022). Media Sosial dan Modal Sosial : Membangun Aksi Kolektif di Tengah Pandemi Covid 19. *Dialektika Komunika*, 140-153.
- Djauhari, N. R. (2022). Pengaruh Media Sosial Instagram @LocalPrideIndonesia Terhadap Minat Beli Followers. *DIGICOM : Jurnal Komunikasi dan Media*, 88-98.
- Puspitadewi, I. (2016). Pemanfaatan "Twitter TMCPoldaMetro" Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya. *Jurnal Kajian Informasi dan Perpustakaan*, 21-28.