

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) Pada Kalangan Mahasiswa

Chika Marsanda¹, Siti Maryam²

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jakarta
Chikam@upnvj.ac.id¹, sitimaryam@upnvj.ac.id²

ABSTRAK

Instagram adalah salah satu bentuk media yang sangat disukai di Indonesia, dan Ditjen Dikti menjadikan akun Instagram @Magangmerdeka sebagai sumber informasi untuk memenuhi permintaan mahasiswa akan informasi tentang MSIB, program dengan jumlah pendukung terbanyak tetapi sedikit informasi yang dapat dipercaya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh mahasiswa yang mengikuti akun Instagram @Magangmerdeka dalam memenuhi tuntutan informasi MSIB. Teori *Uses and Gratification* menjadi dasar penelitian ini. Metodologi kuantitatif penjelasan digunakan dalam penelitian ini. Pengguna Instagram yang mengikuti akun @Magangmerdeka menjadi populasi penelitian ini. Pengambilan sampel sebanyak 100 sampel menggunakan teknik purposive *sampling*. Analisis uji statistik inferensial, termasuk korelasi, regresi, koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis, digunakan dalam penelitian ini. Temuan menunjukkan bahwa menggunakan media sosial secara signifikan mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi, dan ada hubungan yang kuat antara variabel tersebut.

Kata kunci: Instagram, penggunaan media sosial, pemenuhan kebutuhan informasi

PENDAHULUAN

Informasi merupakan salah satu kebutuhan manusia. manusia memerlukan melengkapi pengetahuan mereka akan suatu hal (DIP FISIP UNAIR, 2020). Dilansir dari diskominfo.okukab.go.id, Direktur Pengendali Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika (SDPPI) Sobirin Mochtar, S.E., M.M mengatakan bahwa kebutuhan informasi mengalami peningkatan yang drastis saat pandemi melanda. Peningkatan ini membuat media informasi turut berkembang untuk mendukung penyebaran informasi menjadi lebih luas, cepat, dan lebih bervariasi (Slamet, 2021).

Media baru sebagai bagian dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuat masyarakat semakin mudah mengakses serta mengumpulkan informasi yang dibutuhkan. Media sosial sebagai bagian dari media baru memiliki pengguna aktif sebanyak 191,4 juta dari 277,7 juta masyarakat Indonesia dan sebanyak 80,1% pengguna media sosial aktif tersebut menggunakan media sosial untuk menemukan informasi We Are Social (2022). Media sosial Instagram menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan kedua setelah Whatsapp dengan pengguna sebanyak 99,15 juta.

Sebanyak 30,1% pengguna Instagram merupakan kalangan yang berusia 18-24 tahun dan merupakan kalangan pengguna terbanyak berdasarkan data yang diperoleh dari dataindonesia.id tahun 2022. Mahasiswa yang termasuk dalam kalangan tersebut dengan rata-rata usia mahasiswa pendidikan S1 Indonesia diantara 19-23 tahun berdasarkan wawancara yang dilansir dari Berita Satu dengan Direktur Kemahasiswaan Kementerian Riset, Teknologi dan Perguruan Tinggi (Kemristekdikti), Dr Misbah Fikrianto, membuat media sosial Instagram menjadi salah satu media yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi (Isti'aaah, 2021). Berdasarkan data pada penelitian milik (Octavia, (2020) menyatakan bahwa sebanyak 70% mahasiswa menghabiskan waktu 1-3 jam dalam mengakses Instagram dan informasi merupakan konten yang banyak diakses. Penelitian lain milik (Saputra, 2019) memuat survei mengenai pemanfaatan media sosial oleh mahasiswa

UNAND, UNP, dan UIN IB dengan motif pencarian informasi berada di urutan kedua.

Magang adalah salah satu kegiatan yang wajib dilakukan bagi mahasiswa dari perguruan tinggi tertentu, sebagai syarat kelulusan (Rony & Romanti, 2022). Hadirnya kurikulum Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) menjadi salah satu wadah bagi mahasiswa yang akan mengikuti magang karena dalam kurikulum tersebut memiliki program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB). Media Indonesia tahun 2021 menyatakan bahwa program MSIB merupakan program yang paling diminati diantara program MBKM lainnya. Program MSIB ini menempati urutan pertama dengan perolehan suara sebanyak 70% berdasarkan survei yang dilakukan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbud Ristek). Disisi lain, walaupun program MSIB ini memiliki peminat yang banyak nyatanya informasi terkait masih minim diperoleh. Dalam penelitian terdahulu milik An Nisaa' Budi Sulistyoningrum *et al.* (2022) yang meneliti "Performa Kebijakan Kampus Merdeka pada Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat" menunjukkan bahwa minimnya informasi terkait program MSIB menempati empat hasil teratas dari survei mengenai kendala yang dihadapi peserta untuk mengikuti program MSIB.

Maraknya pengguna media sosial Instagram tentu dimanfaatkan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (Ditjen Dikti) dengan menyediakan akun Instagram@Magangmerdeka yang memiliki pengikut terbanyak dibanding program MBKM lainnya sebagai media penyedia informasi terkait program MSIB. Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian terdahulu. Penelitian Rusdi & Helen (2018) yang berjudul "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers" yang menyatakan bahwa saat ini banyak sektor yang menyebarkan informasi melalui media sosial Instagram.

Banyaknya jumlah pengikut akun penyebar informasi tersebut dapat mempengaruhi pengikutnya untuk mempercayai informasi yang disebarkan melalui akun mereka. Dalam penelitiannya, akun @jktinfo dengan pengikut sebanyak 1,1 juta itu dipilih menjadi objek dalam penelitiannya. Dengan hadirnya akun @jktinfo dapat menyatakan bahwa setiap pengguna media sosial membutuhkan akun yang memberikan informasi sesuai dengan kategori, baik dari pekerjaan, geografis, hingga kegemaran tiap individu dan hasil penelitiannya membuktikan bahwa adanya **pengaruh signifikan** antara penggunaan media sosial Instagram dengan kebutuhan informasi pengikut akun @jktinfo.

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas, berbagai penelitian mengenai pengaruh penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi telah banyak dilakukan dan peneliti melihat adanya pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Maka dari itu, berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan peneliti ingin mengambil persamaan variabel independen yaitu penggunaan media sosial Instagram terhadap variabel dependen yaitu pemenuhan kebutuhan informasi dengan objek penelitian yang berbeda dimana peneliti melihat adanya kebutuhan akan informasi program MSIB dengan menggunakan subjek mahasiswa pengikut akun @Magangmerdeka. Dengan rumusan masalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi MSIB pada kalangan mahasiswa pengikut akun @Magangmerdeka.

TINJAUAN PUSTAKA

Penggunaan Media Sosial

Tidak dapat dipungkiri bahwa penggunaan media sosial saat ini menggaet lebih banyak khalayak dibanding penggunaan media konvensional. Penggunaan media sosial sendiri terdiri atas

jumlah waktu yang digunakan, jenis konten yang dikonsumsi, interaksi antar pengguna maupun pengguna dengan konten yang dikonsumsi atau bahkan dengan media itu sendiri (Septiani, 2022). Dengan berbagai tujuan, penggunaan media sosial dapat meliputi pencarian informasi, berinteraksi secara interaktif, melakukan promosi, hingga jual beli melalui media sosial. Penggunaan media sosial memuat empat pendekatan, Chris Heuer sebagai pendiri klub media sosial dan inovator media baru menyatakannya dalam buku *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build Cultivate and Measure Success on The Web* (Solis, 2010, h. 263), diantaranya yaitu:

1. *Context: How we frame our stories* Bagaimana cara membentuk atau mengemas pesan/ informasi yang dapat dengan mudah dipahami oleh khalayak. Misalnya dalam bentuk pesan, penggunaan bahasa maupun isi pesan itu sendiri.
2. *Communications: The practice of sharing our story as well as listening, responding, and growing.* Bagaimana cara penyampaian pesan / informasi agar dapat tersampaikan dengan baik kepada khalayak baik dalam mendengarkan, merespon, hingga tumbuh menjadi penyampaian pesan yang baik.
3. *Collaboration: Working together to make things better and more efficient and effective.* Bagaimana cara membangun hubungan kerja sama untuk membuat situasi yang lebih baik, efisien dan efektif dari pemberi pesan kepada penerima pesan.
4. *Connections: The relationships we forge and maintain.*

Bagaimana menjaga hubungan / interaksi sehingga tercipta dan terbentuk hubungan yang terus berkelanjutan untuk menjadikan pengguna media merasa lebih dekat dengan sebuah media.

Kebutuhan Informasi

Informasi merupakan salah satu kebutuhan yang tidak dapat terlepas dari kehidupan manusia. Informasi dianggap sebagai salah satu kebutuhan pokok manusia, sehingga jika kebutuhan akan informasi manusia ini tidak terpenuhi maka akan menjadi masalah bagi kehidupan manusia (Mustika *et al.*, 2020). Beragam kebutuhan tiap individu tentu berbeda-beda, Menurut Guha (1978) (dalam Divianti, 2022) kebutuhan informasi ini dibagi kedalam empat jenis pendekatan, diantaranya:

1. *Current need approach* : Pendekatan akan kebutuhan pengguna informasi yang sifatnya aktual atau terbaru. Artinya pengguna membutuhkan informasi yang secara langsung akan mendorong penggunaannya untuk aktif agar sesegera mungkin mendapatkan informasi terbaru.
2. *Everyday need approach* : Pendekatan kebutuhan informasi ringkas yaitu pendekatan terhadap kebutuhan seseorang yang sifatnya spesifik dan cepat. Pendekatan ini dilakukan pengguna dalam jangka waktu yang rutin karena informasi yang dihadapi akan terpenuhi jika informasi cepat dan rutin diperoleh.
3. *Exhaust need approach* : Pendekatan kebutuhan informasi mendalam yaitu merupakan pendekatan mendalam yang dilakukan pengguna yang mempunyai tingkat ketergantungan tinggi pada informasi yang dibutuhkan. Informasi yang dibutuhkan ini bersifat spesifik, relevan, dan juga lengkap agar kebutuhan informasi pengguna dianggap terpenuhi tanpa adanya celah yang menimbulkan kekurangan pada sebuah informasi.
4. *Catching-up need approach* : Pendekatan kebutuhan informasi ringkas yaitu pendekatan informasi ringkas tetapi tetap lengkap yang dilakukan pengguna

terhadap perkembangan informasi terbaru dan sifatnya relevan untuk menilai tercapainya kebutuhan informasi yang dibutuhkan.

Teori *Uses and Gratification*

Teori media yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *uses and gratification*. Teori ini dikemukakan pada tahun 1974 oleh Herbert Blumler, Elihu Katz dan Michael Gurevitch dalam buku pengantar teori komunikasi (West & Turner, 2009, h. 127). Mereka mengungkapkan bahwa pengguna media atau yang dikenal dengan khalayak memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.

Dari penjabaran mengenai teori *uses and gratification* diatas, peneliti menilai bahwa teori *uses and gratifications* sesuai untuk diaplikasikan pada penelitian ini karena teori ini meneliti penggunaan media (*uses*) serta kepuasan (*gratifications*) yang didapat dari penggunaan media tersebut. Teori ini melihat bagaimana khalayak yaitu mahasiswa akan memilih media Instagram melalui akun @Magangmerdeka demi memenuhi kepuasan akan kebutuhan yang diharapkan oleh mahasiswa untuk mendapatkan informasi terkait MSIB yang tidak didapatkan dari pihak universitas. Dengan kata lain, teori ini akan menjadi acuan untuk melihat pengaruh dan sejauh mana khalayak dapat terpenuhi harapan dan pencariannya yaitu kebutuhan informasi terkait MSIB melalui media sosial Instagram pada akun @Magangmerdeka.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam meneliti ialah pendekatan kuantitatif eksplanatif yang menurut Kriyantono (2019) dilakukan untuk memahami faktor penentu terjadinya situasi atau fenomena tertentu serta pengaruh yang ditimbulkan dalam hipotesis dengan tujuan mencari korelasi sebab akibat antara 2 (dua) atau lebih variabel dari penelitian (Kriyantono, 2019, h. 69). Teknik yang dipilih peneliti untuk mengumpulkan data melalui rancangan *sampling nonprobabilitas* atau acak dengan metode *purposive sampling*, dimana menurut (Sugiyono, 2019, h. 133) teknik *sampling* ini merupakan teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu. Peneliti mengambil kriteria khusus yaitu mahasiswa semester 4 hingga 8 yang merupakan pengikut aktif akun Instagram @Magangmerdeka. Pada penelitian ini, dari populasi pengikut akun @Magangmerdeka sebanyak 260.158 per tanggal 09 Januari 2022, didapatkan sampel sebanyak 100 orang responden. Teknik analisis dari data yang telah terkumpul akan diolah melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi, analisis regresi sederhana, uji koefisien determinasi, serta uji hipotesis

PEMBAHASAN

Hasil

Hasil data yang didapatkan melalui survei *google form* memuat 36 dari 40 pernyataan yang telah melalui uji instrumen diantaranya 17 pernyataan variabel X dan 19 pernyataan variabel Y. Berdasarkan uji statistik inferensial menggunakan bantuan SPSS versi 25, diperoleh hasil nilai korelasi (r) yaitu 0,863 yang menunjukkan bahwa hubungan yang kuat antar variabel dan nilai sig. menunjukkan $0,000 < 0,05$ yang artinya memiliki hubungan yang signifikan. Tabel Hasil perhitungan uji korelasi bernilai positif dan diperoleh nilai

signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dari itu, diartikan bahwa variabel X penggunaan berpengaruh positif terhadap variabel Y.

Selanjutnya adalah uji regresi linear Uji koefisien determinasi merupakan uji lanjutan yang dilakukan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh kemampuan variabel X terhadap variabel Y dalam bentuk persentase. Pada penelitian ini, peneliti menganalisis dengan bantuan sederhana untuk mendapatkan ramalan mengenai seberapa besar nilai variabel Y melalui variabel X (lihat tabel 1).

Tabel 1 Hasil uji regresi linear sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients mBeta		Sig.
		B	Std. Error		t	
1	(Constant)	9.523	3.294		2.891	.005
	Penggunaan Media Sosial	.982	.058	.863	16.918	.000

Tabel 2 menunjukkan perhitungan uji koefisien determinasi dengan nilai korelasi (R) yaitu 0,863 dan berdasarkan hasil uji regresi diatas diartikan dengan nilai constant (a) sebesar 9,523 merupakan nilai konsisten variabel penggunaan media sosial, sedangkan nilai koefisien regresi sebesar 0,982 merupakan nilai pemenuhan kebutuhan informasi dimana akan bertambah sebesar 0,982 setiap penambahan 1% nilai penggunaan media sosial. Persamaan diatas dapat disimpulkan bahwa semakin meningkat penggunaan media sosial maka kebutuhan informasi semakin terpenuhi. Hasil regresi nilai R Square sebesar 0,742. Maka dari itu, berdasarkan nilai R Square variabel penggunaan media (X) memiliki pengaruh sebesar 74,2% terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y), sedangkan sisanya sebanyak 25,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media Instagram akun @Magangmerdeka sangat berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikutnya khususnya terkait program MSIB.

Tabel 2 Hasil uji koefisien determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.863 ^a	.745	.742	4.910

a. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Sumber: Hasil olah data, 2023

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mencari tahu kebenaran dari dugaan awal atau hipotesis peneliti. Pada penelitian ini digunakan uji t (tabel 3) dengan cara menentukan signifikansi dengan membandingkan t hitung dan t tabel yang mengacu pada hipotesis berikut:

H₀ : Tidak terdapat pengaruh signifikan dari penggunaan media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi MSIB pada kalangan mahasiswa pengikut akun @Magangmerdeka.

H_a : Terdapat pengaruh signifikan dari penggunaan media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi MSIB pada kalangan mahasiswa pengikut akun @Magangmerdeka.

Tabel 3 Hasil uji hipotesis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardize d Coefficients		Standardized Coefficients Beta		Sig.
		B	td. Error		t	
1	(Constant)	9.523	3.294		2.891	.005
	religiuitas	.982	.058	.863	16.918	.000

Sumber: Hasil olah data, 2023

Tabel diatas menunjukkan perhitungan uji hipotesis dengan nilai t hitung sebesar 16,918. Untuk mendapatkan kesimpulan diperlukan perbandingan t hitung > t tabel, dimana t tabel yang didapatkan adalah 1,660. Maka dari itu, perbandingan menunjukkan bahwa $16,918 > 1,660$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pembahasan

Berdasarkan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Infomasi MSIB Mahasiswa Pengikut Akun @Magangmerdeka”, telah didapatkan hasil penelitian melalui metode survei yang selanjutnya akan dibahas lebih mendalam pada bagian ini. Survei ini telah dilakukan pada pengikut akun Instagram @Magangmerdeka sebanyak 260 ribu yang akhirnya didapatkan 100 sampel responden melalui teknik *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa semester 4-8. Survei ini dilakukan pada 1 Juni hingga 10 Juni melalui *google form* yang memuat 36 dari 40 pernyataan yang telah melalui uji instrumen diantaranya 17 pernyataan variabel X dan 19 pernyataan variabel Y.

Survei yang telah dilakukan mendapatkan karakteristik responden yang didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebanyak 70%, dengan karakteristik semester paling banyak adalah semester 6 yaitu 48%, lalu usia didominasi oleh 19-22 tahun dengan 90%, dan karakteristik terakhir yaitu lama waktu mengikuti akun @Magangmerdeka paling banyak adalah lebih dari 3 bulan sebanyak 40%. Karakteristik responden yang ada dapat menjadi pernyataan bahwa mahasiswi lebih banyak menggunakan media sosial untuk dapat memenuhi kebutuhan informasi terkait program MSIB dengan mengikuti akun @Magangmerdeka dengan waktu cukup lama. Hasil data karakteristik responden ini dapat menjadi data tambahan untuk melihat jawaban atas pernyataan sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti, sehingga data yang didapatkan merupakan data yang sesuai dengan fakta yang ada.

Selain karakteristik responden, data hasil survei juga untuk mengetahui seberapa besar seseorang menggunakan media sosial dan memilih akun Instagram @Magangmerdeka sebagai media informasinya ialah dengan mengukur beberapa aspek yaitu *context, communication, collaboration, dan connection*. Hasil yang didapatkan sebanyak 74% responden berada pada kategori tinggi, artinya penggunaan media sosial Instagram akun @Magangmerdeka memiliki pengaruh besar. Hasil tersebut didapatkan atas pilihan responden yang menilai dengan mengikuti akun media sosial Instagram @Magangmerdeka diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi terkait MSIB, pernyataan ini didasari atas *Gratification Sought* dalam teori *uses and gratification* yang menyatakan bahwa khalayak akan memilih media tertentu dipengaruhi oleh sebab-sebab tertentu, yakni didasari oleh motif pemenuhan kebutuhan.

Data hasil penyebaran kuesioner juga untuk mengetahui seberapa besar responden terpenuhi informasinya dengan mengikuti akun Instagram @Magangmerdeka sebagai media informasinya ialah dengan mengukur beberapa aspek yaitu *current need approach, everyday need approach, exhaust need approach, dan catching-up need approach*. Hasil yang didapatkan sebanyak 79% responden berada pada kategori tinggi, artinya kebutuhan informasi pengikut akun Instagram @Magangmerdeka sangat terpenuhi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dengan mengikuti akun Instagram @Magangmerdeka kebutuhan informasi responden dapat terpenuhi, pernyataan ini sejalan dengan *Gratification Obtained* atas kepuasan yang diperoleh yaitu hasil penelitian yang menunjukkan responden memperoleh informasi dengan mengikuti akun Instagram @Magangmerdeka.

Berdasarkan hasil tersebut maka penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu milik Rusdi & Helen (2018) yang menyatakan bahwa media sosial merupakan media atau alat pemenuhan kebutuhan informasi yang paling baik. Penelitian ini juga sesuai dengan konsep media sosial itu sendiri yang merupakan bagian dari hadirnya media baru sebagai perkembangan media komunikasi yang memudahkan orang untuk berkomunikasi dan mencari informasi yang dibutuhkan tanpa batasan ruang dan waktu.

Penelitian terdahulu dengan objek penelitian akun Instagram @jktinfo dan @visitbogor menunjukkan bahwa akun Instagram dengan pengikut lebih dari 400 ribu dapat memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya, sedangkan kebaruan penelitian ini yaitu @Magangmerdeka yang memiliki pengikut 260 ribu juga dapat memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor banyaknya pengikut bukan faktor utama sebuah akun media sosial dapat memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya, namun dapat melalui berbagai faktor baik dari *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*. Dimana pada penelitian ini faktor *context* merupakan yang terbesar dalam memberikan pengaruh dalam penggunaan media yang dipilih oleh responden.

KESIMPULAN

Hasil data dan pembahasan menunjukkan bahwa rumusan masalah penelitian ini dapat dijawab dengan perolehan hasil uji yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection* sebagai dimensi dari penggunaan media sosial, maka semakin tinggi juga pengaruhnya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi penggunaannya dan variabel X yaitu penggunaan media sosial Instagram berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi MSIB pada kalangan mahasiswa pengikut akun @Magangmerdeka dengan pengaruh sebesar 74,2%, sedangkan sisanya sebanyak 25,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

REFERENSI

- An Nisaa' Budi Sulistyaningrum, Nurulita Artanti Nirwana, Dhiya Ratri Januar, & Nela Najwa Hilalia. (2022). Performa Kebijakan Kampus Merdeka pada Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(6), 2771–2786. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i6.489>
- Arbiyanto, R. (2021). PENGARUH MOTIF MENGONSUMSI SITUS CORONA.JAKARTA.GO.ID TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI MAHASISWA INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE ANGKATAN 2016. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/2026/>
- Arifin, P. (2013). Persaingan Tujuh Portal Berita Online Indonesia berdasarkan Analisis Uses and Gratifications. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 10(2), 195–211. <https://doi.org/10.24002/jik.v10i2.353>
- Atmoko, B. D. (2012). Instagram handbook Tips Fotografi Ponsel. Media Kita.
- DIP FISIP UNAIR. (2020). Faktor-Faktor Penyebab Adanya Kebutuhan Informasi. Faktor-Faktor Penyebab Adanya Kebutuhan Informasi. https://dip.fisip.unair.ac.id/id_ID/faktor-faktor-penyebab-adanya-kebutuhan-informasi/#:~:text=Setiap%20manusia%20membutuhkan%20informasi%20guna,dapat%20dikonsumsi%20oleh%20siapa%20saja.
- Diskominfo Okukab. (2022). Kebutuhan Akses Informasi dari Internet Meningkat Dimasa

Pandemi. Diskominfo. <https://diskominfo.okukab.go.id/2022/02/25/kebutuhan-akses-informasi-dari-internet-meningkat-dimasa-pandemi/>

Flew, T., & Smith, R. (2018). *New media: an introduction*.

Hussain, W. (2020). Role of Social Media in COVID-19 Pandemic. *Business Horizons*, 54(3), 241–251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>

Isti'aaanah, D. (2021). Instagram sebagai Sarana Pemenuhan Kebutuhan Informasi. <https://kpi.iainkediri.ac.id/instagram-sebagai-sarana-pemenuhan-kebutuhan-informasi/>

Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial* (2nd ed.). Penerbit Erlangga.

Kriyantono, R. (2019). *TEKNIK PRAKTIS RISET KOMUNIKASI: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran* (1st ed.). KENCANA PRENADA MEDIA GRUP.

Kurniawan, T. D., & Trisharsiwi. (2019). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA VIDEO PEMBELAJARAN TERHADAP PRESTASI BELAJAR SISWA KELAS VII PADA MATA PELAJARAN FIQIH DI MTs DARUL HUDA WONODADI BILTAR TAHUN 2018/2019. <http://repo.uinsatu.ac.id/12078/>

Morissan. (2018). *STATISTIK SOSIAL*. PRENADAMEDIA GROUP.

Mustika, D., Djafar, R. H., & Putri, Y. R. (2020). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @VISITBOGOR TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA @VISITBOGOR'S INSTAGRAM UTILIZATION TO FULFILLMENT THE FOLLOWERS NEEDS OF INFORMATION. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/156830>

Nurudin. (2017). *ILMU KOMUNIKASI: Ilmiah dan Populer* (2nd ed.). PT Rajagrafindo Persada.

Octavia, D. (2020). *PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN MAHASISWA (STUDI KASUS MAHASISWA PAI ANGGKATAN 2016 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA)*.

<http://eprints.ums.ac.id/85570/1/1.%20NASKAH%20PUBLIKASI%20Upload.pdf>

Pradita, A. (2017). Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial Snapchat Di Pekanbaru. *Komunikasi*, 4(2), 1–12.

Riyanto, A. D. (2022, February). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

Rorong, M. J. (2016). *Peran Komunikasi: Teori, Teknologi Informasi dan Komunikasi, Komunikasi Bisnis*.

Rusdi, F., & Helen. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/3712>

Salsabila, A. A. (2022). *PENGARUH INTENSITAS FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM @BROSISKERJA TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI LOWONGAN KERJA FOLLOWERS LULUSAN ILMU KOMUNIKASI*.

<http://repository.unpas.ac.id/60685/>

Saputra, A. (2019). SURVEI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DI KALANGAN MAHASISWA KOTA PADANG MENGGUNAKAN TEORI USES AND GRATIFICATIONS. BACA: JURNAL DOKUMENTASI DAN INFORMASI, 40(2),

207. <https://doi.org/10.14203/j.baca.v40i2.476>

Septiani, A. (2022). FENOMENA PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PENGUNGKAPAN DIRI. <https://repository.upnvj.ac.id/15935/>

Sumber internet

Akun @Magangmerdeka. <https://www.instagram.com/magangmerdeka/>