Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya
Volume. 1 No. 4 November 2024
e-ISSN : 3032-1808, dan p-ISSN : 3032-2073, Hal. 127-146
DOI: https://doi.org/10.62383/filosofi.v1i4.369
Available online at https://journal.asdkvi.or.id/index.php/Filosofi

Pengaruh Konten, Terpaan Media dan Kredibilitas Akun Instagram *@tempodotco* terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik Followers

Kamil Anshori[1] , Sugiharti Binastuti[2]
[1,2] Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma, Indonesia
Email: kamilanshori@gmail.com[1] , tuti@staff.gunadarma.ac.id[2]
Korespondensi penulis: kamilanshori@gmail.com

***Abstract**. The use of Instagram social media cannot be separated from the various needs of each user. Instagram is used as a medium for political communication and political education. In addition, Instagram social media is also used as a place to meet the need for political information. One of them is the Instagram account social media @tempodotco which presents various information related to politics. The purpose of this study was to determine and analyze the influence of content, media exposure, and credibility of the Instagram account @tempodotco on the fulfillment of followers' political information needs simultaneously and partially. This study uses a quantitative method sourced from primary data by distributing questionnaires as a data collection instrument. Valid data amounted to 400 people who are followers of the Instagram account @tempodotco which was determined by the Slovin formula using a purposive sampling technique. The results of the study showed that content, media exposure, and credibility significantly influenced the fulfillment of followers' political information needs. The results of the study support the uses and gratification theory which explains that those known as audiences or media users play an active role in choosing and trying to fulfill their needs by finding the best media sources.*

***Keywords**: Content, Media Exposure, Credibility, Fulfilling Followers Political Information Needs.*

Abstrak. Penggunaan media sosial Instagram, tidak dapat dipisahkan dari berbagai kebutuhan masing-masing penggunanya. Instagram digunakan sebagai media komunikasi politik dan edukasi politik. Selain itu, media sosial Instagram juga digunakan sebagai wadah untuk memenuhi kebutuhan akan informasi politik. Salah satunya media sosial akun Instagram @tempodotco menyuguhkan berbagai informasi terkait politik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh konten, terpaan media dan kredibilitas akun Instagram @tempodotco terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik followers secara simultan dan parsial. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif bersumber dari data primer dengan menyebar kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Data valid berjumlah 400 orang yang merupakan followers dari akun Instagram @tempodotco yang ditentukan dengan rumus slovin menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten, terpaan media dan kredibilitas secara signifikan mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi politik followers. Hasil penelitian mendukung teori uses and gratification yang menjelaskan bahwa mereka yang dikenal sebagai audiens atau pengguna media berperan aktif dalam memilih dan berusaha untuk memenuhi kebutuhannya dengan mencari sumber media yang terbaik.

Kata kunci: Konten, Terpaan Media, Kredibilitas, Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik.

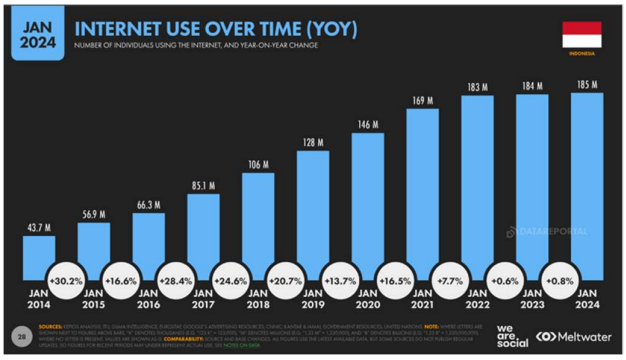
1. LATAR BELAKANG

Perkembangan pesat internet telah mempengaruhi cara manusia memenuhi kebutuhan informasi dan komunikasi. Dengan akses yang mudah, internet memberikan informasi secara efektif dan efisien, menjadikannya sebagai kebutuhan baru dalam kehidupan sehari-hari (Asari et al., 2023). Kehadiran internet telah mengubah berbagai dimensi kehidupan manusia, sehingga penggunaannya meluas di semua aspek, dari pendidikan hingga sosial. Meskipun memiliki kelebihan, seperti kemudahan akses dan penyebaran informasi, internet juga membawa tantangan, termasuk keharusan untuk memilah informasi yang akurat di tengah banyaknya sumber yang tersedia.

Received September 03, 2024; Revised September 18, 2024; Accepted Oktober 12, 2024; Online Available Oktober 15, 2024

Seiring dengan meningkatnya produksi dan penyebaran informasi digital, komunikasi massa menjadi semakin bergantung pada media massa, yang terdiri dari media cetak, elektronik, dan online (Syafrina, 2022). Kebutuhan akan informasi dalam kehidupan sehari-hari menciptakan ketimpangan antara pengetahuan yang dimiliki individu dengan informasi yang dibutuhkan (Fajari dan Khuntari, 2023). Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk memahami perkembangan media sosial dan informasi agar tidak tertinggal, terutama dalam konteks sosial, politik, dan ekonomi. Ketidakpedulian terhadap perkembangan ini dapat merugikan masyarakat karena kehilangan akses ke informasi penting.

Dalam pencarian informasi, masyarakat perlu membedakan antara informasi dari media sosial yang kredibel dan yang tidak. Kredibilitas suatu media sangat penting untuk membangun kepercayaan pengguna terhadap informasi yang disampaikan (Hendrasih dan Banowo, 2023). Media sosial sebagai alat komunikasi berbasis internet memungkinkan interaksi dan pertukaran informasi yang cepat dan efisien. Kini, internet telah menjadi kebutuhan pokok yang mempermudah akses informasi, mendorong individu untuk aktif mencari sumber yang tepat dan akurat (Nuhaditio dan Hartanto, 2023).



Gambar 1. Data Pengguna Internet di Indonesia 2024

Sumber : www.wearesocial.com

We Are Social mencatat, terdapat 185 Juta pengguna internet di Indonesia pada bulan Januari tahun 2024, menurut laporan We Are Social, pada Januari 2024 ada 185 juta individu pengguna internet di Indonesia, setara dengan 66,5% dari total populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 278,7 juta orang. Pengguna internet di Indonesia awal tahun ini bertambah sekita 1,5 juta orang atau naik sekitar 0,8% dibandingkan dengan bulan Januari tahun 2023 (www.wearesocial.com, diakses pada tanggal 25 Maret 2024).

Digitaliasi informasi tidak terlepas dari hadirnya internet sebagai media baru dalam kehidupan manusia. Saat ini, hampir semua kebutuhan serta pertukaran informasi dilakukan melalui internet. Informasi yang awalnya bersifat interpersonal serta komunal, berubah menjadi publik melalui digitalisasi informasi. Selain perubahan sifat dari informasi tersebut,

adanya kemudahan dan kecepatan dalam memberi dan mengakses sebuah informasi serta peningkatan jumlah pengguna internet, menjadi faktor utama adanya digitalisasi sebuah informasi (Asari et al, 2023).

Berdasarkan Persentase Penggunaan Sosial Media awal Tahun 2024 menunjukkan bahwa Instagram menempati posisi kedua sebagai Most Used Media Platfroms sebesar 85,3% dan Instagram memiliki 86 juta pengguna berusia 18 tahun ke atas di Indonesia pada awal 2024 (www.wearesocial.com, diakses tanggal 25 Maret 2024).

Dalam penggunaan media sosial, salah satunya Instagram tidak dapat dipisahkan dari berbagai kebutuhan masing-masing penggunanya. Instagram digunakan sebagai media komunikasi politik dan edukasi politik merupakan fenomena yang saat ini terjadi di masyarakat jelang momentum pemilu dan pilkada atau bisa disebut juga sebagai tahun politik. Selain itu, media sosial Instagram juga digunakan sebagai wadah untuk memenuhi kebutuhan akan informasi politik. Informasi politik saat ini sudah dianggap menjadi suatu kebutuhan bagi khalayak sebagai bagian dari warga negara. Informasi politik juga dapat memberikan pengetahuan dan wawasan baru bagi masyarakat dalam bidang politik dan meningkatkan pemahaman mengenai politik yang tentunya dibutuhkan bagi setiap warga negara untuk bisa berpartisipasi dalam politik, tentunya juga menambah referensi dan informasi agar lebih bijak dalam memilih pemimpin negara hingga mengawal serta mendukung sistem pemerintahan.

Instagram semakin banyak digunakan sebagai platform untuk memberikan informasi. Dalam proses penyebaran informasi Instagram berposisi sebagai media yang mendistribusikan informasi. Salah satunya akun Instagram yang aktif adalah @tempodotco. Akun @tempodotco dibuat untuk menyebarkan berita tentang politik dan sebagai sumber berita alternatif yang mampu meliput peristiwa terkait politik. Saat ini akun @tempodotco mempunyai 1.079.125 juta pengikut dan jumlah unggahan sebanyak 23.336 ribu dengan 9 atau lebih unggahan per hari (www.instagram/tempodotco, diakses pada tanggal 25 Maret 2024). Sering kali, akun Instagram @tempodotco menyediakan konten-konten tentang politik dengan karikatur yang menarik. Seluruh informasi disampaikan oleh akun Instagram @tempodotco secara menarik yang berupa konten feed, story, dan video (reels dan IGTV). Dengan informasi yang dikemas secara menarik dapat memberikan informasi sekaligus berinteraksi dengan pengikut atau followers (Fajari dan Khuntari, 2023).

Akun Instagram @tempodotco dipilih sebagai subjek penelitian karena keaktifan dan konsistensinya dalam menyampaikan informasi politik. Pada 25 Maret 2024, akun ini telah memposting sebanyak 25,602 unggahan politik, dengan rata-rata 16 unggahan per hari dan diikuti oleh lebih dari 1 juta pengikut (1,079,125). Konten yang disajikan berupa karikatur

kreatif dan video singkat (reels) yang menarik, termasuk cuplikan talkshow dan podcast bersama tokoh politik. Keberadaan followers yang banyak berpotensi menciptakan kepercayaan terhadap informasi yang disampaikan oleh akun ini, sehingga menjadikannya relevan untuk diteliti lebih lanjut.

Pemenuhan kebutuhan informasi adalah hal yang penting bagi individu yang merasa kurang mendapatkan informasi yang dibutuhkan (Fajari dan Khuntari, 2023). Penelitian menunjukkan bahwa terpaan media dan kredibilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi, di mana hubungan antara kedua variabel tersebut bersifat positif. Dengan meningkatnya keinginan individu untuk memenuhi kebutuhan informasi, interaksi dengan media yang kredibel menjadi sangat penting untuk mendapatkan informasi yang akurat dan relevan.

Konten media, seperti yang dijelaskan oleh Nurmuhammad dan Pamungkas (2020), mencakup beragam format informasi yang tersedia di media baru, termasuk video, gambar, dan tulisan. Terpaan media berfungsi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap informasi yang disebarluaskan, dan penelitian menunjukkan dampak signifikan dari terpaan media, seperti Instagram, terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Safira dan Zurani, 2022). Selain itu, kredibilitas media berperan penting dalam membangun kepercayaan pengguna terhadap informasi yang disampaikan, di mana kredibilitas yang tinggi dapat mendorong individu untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka dengan lebih baik (Novallano dan Cindoswari, 2024).

2. KAJIAN TEORITIS

Komunikasi

Komunikasi, berasal dari istilah Latin communicatio yang berarti berbagi, merupakan proses penting dalam kehidupan manusia. Para ahli memberikan berbagai pandangan mengenai komunikasi, mulai dari pesan yang sengaja disampaikan kepada perilaku yang bermakna bagi penerima. Meskipun terdapat perdebatan mengenai definisi komunikasi, terdapat kesepakatan bahwa komunikasi meliputi semua perilaku yang dapat diterima dan dipahami oleh individu lain. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak dapat menghindar dari komunikasi yang bertujuan untuk mengalirkan ide dari sumber kepada penerima, sehingga memengaruhi perilaku mereka. Terdapat lima elemen kunci dalam komunikasi, yaitu komunikator, pesan, media, komunikan, dan dampak, yang saling terkait dalam proses penyampaian informasi (Yusuf, 2021).

Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menjangkau khalayak luas melalui media cetak dan elektronik. Dalam komunikasi massa, pesan disampaikan oleh organisasi formal yang memiliki sumber daya untuk memproduksi dan mendistribusikan informasi kepada publik. Menurut Effendy, komunikasi massa berfungsi untuk memberikan informasi, mengedukasi, dan menghibur masyarakat. Hal ini melibatkan proses yang satu arah dan impersonal, di mana penerima pesan adalah bagian dari audiens yang lebih besar, menciptakan dampak yang luas dalam waktu singkat. Selain itu, fungsi komunikasi massa bagi individu mencakup pengawasan, korelasi, sosialisasi, dan hiburan, yang semuanya berkontribusi pada pembentukan opini publik dan perilaku sosial (Syafrina, 2022).

Konten

Konten di era digital merujuk pada berbagai jenis materi yang dihasilkan dan dibagikan melalui media sosial dan platform online lainnya. Konten dapat berupa teks, gambar, audio, atau video, yang disampaikan dengan tujuan untuk berinteraksi dengan audiens. Konten yang efektif dapat menciptakan keterlibatan antara pengguna, yang tercermin dari aktivitas seperti komentar, berbagi, dan menyukai. Menurut Atmoko, konten dapat dikategorikan ke dalam tiga indikator utama: foto, video, dan caption, yang semuanya berfungsi untuk menyampaikan pesan dan menciptakan interaksi antara pengguna media sosial (Chusumastuti dan Attahirrah, 2023).

Terpaan Media

Terpaan media didefinisikan sebagai pengalaman khalayak dalam berinteraksi dengan pesan-pesan media massa. Dalam konteks media baru, terpaan media mencakup pengalaman audiens yang berinteraksi dengan berbagai format konten yang dapat diakses secara global. Media baru memiliki sifat interaktif, memungkinkan keterlibatan audiens dalam menciptakan dan berbagi informasi. Menurut Rosengren, terdapat tiga dimensi dalam terpaan media: frekuensi, durasi, dan atensi. Frekuensi merujuk pada seberapa sering audiens terpapar pesan, durasi menggambarkan lamanya audiens berinteraksi dengan media, dan atensi mencakup tingkat konsentrasi saat menerima pesan. Ketiga dimensi ini berkontribusi pada seberapa kuat pesan dapat menempel dalam pikiran audiens (Safira dan Zurani, 2022).

Kredibilitas

Kredibilitas merupakan persepsi individu terhadap sifat-sifat komunikator, baik itu individu maupun media. Menurut Rakhmat, kredibilitas dapat diukur melalui tiga aspek utama: keahlian, kepercayaan, dan daya tarik. Keahlian berkaitan dengan kemampuan komunikator

dalam menyampaikan informasi, kepercayaan mencakup penilaian audiens terhadap karakter dan integritas komunikator, sementara daya tarik berkaitan dengan penampilan dan sifat psikologis yang membuat komunikator menarik bagi audiens. Kredibilitas sangat penting, karena dapat memengaruhi penerimaan pesan dan dampaknya terhadap audiens (Hendrasih dan Banowo, 2023).

Media Sosial

Media sosial, sebagai bentuk baru dari komunikasi digital, memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi secara aktif dalam menciptakan dan berbagi konten. Media sosial memiliki karakteristik unik, termasuk jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial, dan konten yang dihasilkan oleh pengguna (User Generated Content). Karakteristik ini membedakan media sosial dari bentuk media lainnya, menjadikannya platform yang sangat interaktif dan responsif. Pendekatan teoritis yang tepat diperlukan untuk memahami perbedaan antara media sosial dan media tradisional, serta bagaimana kedua bentuk media ini berinteraksi dengan masyarakat secara keseluruhan (Situmeang, 2020).

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, subjek dan objek yang diteliti memiliki peran penting dalam memahami fokus penelitian. Menurut Arikunto (Veronica et al., 2022), subjek penelitian mencakup individu, benda, atau organisasi yang menjadi objek analisis. Dalam konteks ini, subjek penelitian adalah akun Instagram @tempodotco dan para pengikutnya. Sementara itu, objek penelitian diartikan sebagai variabel yang menjadi perhatian peneliti, yaitu konten, terpaan media, dan kredibilitas yang berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik bagi pengikut akun tersebut (Abubakar, 2021).

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif, yang berlandaskan pada paradigma positivisme, sesuai dengan pendapat Ghozali (Nashrullah et al., 2023). Pendekatan ini melibatkan pengumpulan data numerik dan analisis statistik untuk menjawab pernyataan penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, dengan dua sumber data: data primer, yang diperoleh langsung dari pengisian kuesioner oleh followers akun Instagram @tempodotco, dan data sekunder, yang didapat dari berbagai sumber seperti internet, buku, jurnal, dan penelitian sebelumnya. Populasi penelitian terdiri dari 1.079.125 followers akun Instagram @tempodotco, dengan sampel sebanyak 400 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin.

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini mengacu pada pengertian yang memungkinkan peneliti membandingkan variabel-variabel yang sedang diteliti. Variabel bebas

terdiri dari tiga jenis: Konten (X1), Terpaan Media (X2), dan Kredibilitas (X3). Sementara itu, variabel terikat (Y) adalah Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan definisi operasional variabel, penelitian ini bertujuan untuk menggali hubungan antara konten, terpaan media, dan kredibilitas akun Instagram @tempodotco dengan pemenuhan kebutuhan informasi politik para followers-nya (Nashrullah et al., 2023; Veronica et al., 2022).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Konten)

Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0,555	0,361	**Valid**
2	0,476	0,361	**Valid**
3	0,715	0,361	**Valid**
4	0,704	0,361	**Valid**
5	0,701	0,361	**Valid**
6	0,666	0,361	**Valid**
7	0,849	0,361	**Valid**
8	0,638	0,361	**Valid**
9	0,816	0,361	**Valid**

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan Tabel 1 seluruh item pernyataan pada variabel Konten (X1) dinyatakan valid karena nilai r hitung dari setiap pernyataan lebih besar dari nilai r tabel, yaitu 0,361

Tabel 2. Hasil Uji Validitias Variabel X2 (Terpaan Media)

Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0,841	0,361	**Valid**
2	0,645	0,361	**Valid**
3	0,740	0,361	**Valid**
4	0,610	0,361	**Valid**
5	0,660	0,361	**Valid**
6	0,825	0,361	**Valid**
7	0,673	0,361	**Valid**
8	0,647	0,361	**Valid**
9	0,559	0,361	**Valid**

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan Tabel 2 seluruh item pernyataan pada variabel Terpaan Media (X2) dinyatakan valid karena nilai r hitung dari setiap pernyataan lebih besar dari nilai r tabel, yaitu 0,361.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel X3 (Kredibilitas)

Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0,527	0,361	**Valid**
2	0,568	0,361	**Valid**
3	0,642	0,361	**Valid**
4	0,696	0,361	**Valid**
5	0,480	0,361	**Valid**
6	0,457	0,361	**Valid**
7	0,494	0,361	**Valid**
8	0,411	0,361	**Valid**
9	0,411	0,361	**Valid**

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan Tabel 3 seluruh item pernyataan pada variabel Kredibilitas (X3) dinyatakan valid karena nilai r hitung dari setiap pernyataan lebih besar dari nilai r tabel, yaitu 0,361

Tabel 4. Hasil Uji Validitias Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik)

Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0,372	0,361	**Valid**
2	0,475	0,361	**Valid**
3	0,405	0,361	**Valid**
4	0,590	0,361	**Valid**
5	0,524	0,361	**Valid**
6	0,617	0,361	**Valid**
7	0,383	0,361	**Valid**
8	0,573	0,361	**Valid**
9	0,439	0,361	**Valid**
10	0,497	0,361	**Valid**
11	0,429	0,361	**Valid**

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan Tabel 4 seluruh item pernyataan pada variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik (Y) dinyatakan valid karena nilai r hitung dari setiap pernyataan lebih besar dari nilai r tabel, yaitu 0,361.

Hasil Uji Reabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas X1 (Konten)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.860	9

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan Tabel 5 didapatkan nilai cronbrach alpha sebesar 0,860. Maka Variabel X1 (Konten) dinyatakan reliabel dengan jumlah item pernyataan sebanyak 9 dikatakan reliabel karena nilai cronbrach alpha sebesar 0,860 > 0,60.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas X2 (Terpaan Media)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.864	9

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan Tabel 6 didapatkan nilai cronbrach alpha sebesar 0,864. Maka Variabel X2 (Terpaan Media) dinyatakan reliabel dengan jumlah item pernyataan sebanyak 9 dikatakan reliabel karena nilai cronbrach alpha sebesar 0,864 > 0,60.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas X3 (Kredibilitas)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.660	9

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan Tabel 7 didapatkan nilai cronbrach alpha sebesar 0,660. Maka Variabel X3 (Kredibilitas) dinyatakan reliabel dengan jumlah item pernyataan sebanyak 9 dikatakan reliabel karena nilai cronbrach alpha sebesar 0,660 > 0,60.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.679	11

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan Tabel 8 didapatkan nilai cronbrach alpha sebesar 0,679. Maka Variabel Y (Terpaan Media) dinyatakan reliabel dengan jumlah item pernyataan sebanyak 11 dikatakan reliabel karena nilai cronbrach alpha sebesar 0,679 > 0,60.

Hasil Uji Normalitas

Tabel 9. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.78873841
Most Extreme Differences	Absolute	.036
	Positive	.036
	Negative	-.031
Test Statistic		.036
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

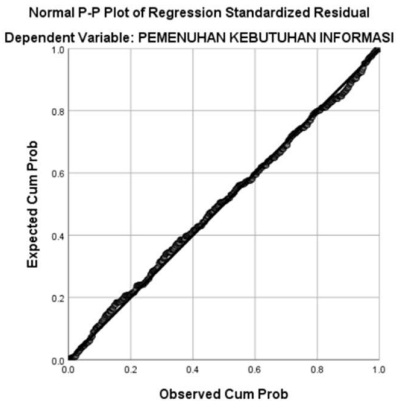
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan dari tabel 9 menunjukan hasil dari uji normalitas dengan menggunakan metode uji *kolmogorov-smirnov* yang sudah diolah dengan program SPSS versi 26. Hasil dari uji normalitas dapat dilihat dari nilai Asymp. Sig (2-failed) sebesar 0,200. Nilai tersebut menunjukan bahwa data yang diujikan berdistribusi normal karena nilai sig (2-failed) >0,05.

Selain itu, untuk mengetahui suatu data berdistribusi secara normal bisa dilihat dengan menggunakan grafik histogram pada uji normalitas. Berikut grafik hasil uji normalitas:



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas P-Plot

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Pada gambar grafik P-Plot diatas dapat digambarkan bahwa titik menyebar pada garis diagonal. Hal ini menandakan bahwa data penelitian memiliki penyebaran distribusi yang normal.

Hasil Uji Multikolinieritas

Tabel 10. Hasil Uji Multikoliniearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	KONTEN	.828	1.208
	TERPAAN MEDIA	.870	1.149
	KREDIBILITAS	.775	1.290

a. Dependent Variable: PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI POLITIK

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan Tabel 10 diatas, menunjukan hasil dari uji multikolinearitas dapat dilihat berdasarkan nilai dari Tolerance dan VIF. Dasar dari pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas untuk melihat apakah model regresi terdapat atau tidaknya multikolinearitas berdasarkan nilai Tolerance > 0.10 atau memiliki nilai VIF < 10. Pada hasil penelitian ini dalam uji multikolinearitas dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 26 tidak terdapat gejala multikolinearitas. Kesimpulan ini ditarik berdasarkan nilai tolerance >0.10 yaitu variabel (X1) 0.828, variabel (X2) 0.870 dan variabel (X3) 0.775 dan nilai VIF <10 yaitu variabel (X1) 1.208, variabel (X2) 1.149 dan variabel (X3) 1.290.

Hasil Uji Heterokedasitas

Tabel 11. Hasil Uji Heterokedasitas

Coefficients[a]

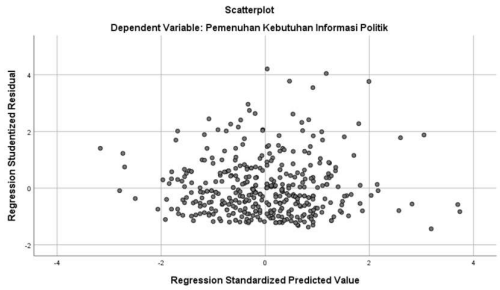
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.673	1.003		1.669	.096
	KONTEN	.040	.027	.081	1.472	.142
	TERPAAN MEDIA	-.031	.025	-.067	-1.244	.214
	KREDIBILITAS	-.017	.030	-.033	-.580	.562

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan dari tabel 11 menunjukan hasil dari uji heteroskedasitas dapat dilihat dari nilai signifikansi (Sig.). dengan menggunakan uji glejser. Pada variabel X1 (Konten) nilai signifikansi diperoleh 0.142, variabel X2 (Terpaan Media) mendapatkan nilai signifikansi senilai 0.214 dan variabel X3 (Kredibilitas) mendapatkan nilai signifikansi 0.526. Berdasarkan dari nilai yang didapatkan, dapat diambil kesimpulan bahwa data yang digunakan tidak terjadi gejala heteroskedasitas pada ketiga variabel tersebut. Kesimpulan ini ditentukan pada

keputusan terhadap pengujian heteroskedasitas. Jika nilai Sig. > 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedasitas. Sebaliknya, jika nilai Sig. < 0,05 maka terjadi gejala heteroskedasitas.



Gambar 3. Uji Heterokedasitas Scatterplot

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan output *Scatterplot* menggunakan *SPSS* di atas diketahui, bahwa titik – titik data penyebaran di atas dan di bawah atau disekitar angka 0, titik – titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, penyebaran titik – titik data tidak membentuk pola.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 12. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	27.011	1.643		16.439	.000
	KONTEN	-.323	.044	-.344	-7.336	.000
	TERPAAN MEDIA	.269	.041	.300	6.580	.000
	KREDIBILITAS	.391	.049	.387	7.998	.000

a. Dependent Variable: PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI POLITIK

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan tabel 12 menunjukan hasil uji regresi linear berganda. Uji regresi linear berganda bertujuan untuk mengukur seberapa besar hubungan antara variabel bebas (Konten, Terpaan media dan Kredibilitas) terhadap variabel terikat (Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik).

Uji Hipotesis

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 13. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	500.303	3	166.768	51.730	.000[b]
	Residual	1276.634	396	3.224		
	Total	1776.937	399			

a. Dependent Variable: PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI POLITIK

b. Predictors: (Constant), KREDIBILITAS, TERPAAN MEDIA, KONTEN

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan tabel 13 menunjukan bahwa hasil uji hipotesis simultan (Uji F) berdasarkan data dari tabel ANOVA diatas menunjukan bahwa nilai dari Fhitung sebesar 51.730 dan Ftabel sebesar 3.018. Selain itu uji hipotesis juga dapat dilihat dari nilai Sig. Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai Sig. sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini, menunjukan bahwa nilai dari Fhitung > Ftabel yaitu 51.730 > 3.01. Jika dilihat dari nilai tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwa semua variabel bebas secara simultan mempengaruhi variabel terikat. Artinya variabel Konten (X1), Terpaan Media (X2) dan Kredibilitas (X3) berpengaruh terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik (Y) secara simultan.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 14. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	27.011	1.643		16.439	.000
	KONTEN	-.323	.044	-.344	-7.336	.000
	TERPAAN MEDIA	.269	.041	.300	6.580	.000
	KREDIBILITAS	.391	.049	.387	7.998	.000

a. Dependent Variable: PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI POLITIK

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Pada Tabel 14 menunjukan hasil uji hipotesis parsial (Uji T). maka dapat dijawab kesimpulan terkait hasil uji hipotesis parsial. Berikut hasil dari uji hipotesis parsial pada penelitian kali ini:

1. Pada variabel konten (X1) menunjukan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Selain itu, nilai dari Thitung > Ttabel yaitu sebesar -7.336 > 1.966 hasil ini menunjukan bahwa pengujian hipotesis H02 ditolak dan Ha2 diterima, berarti variabel konten (X1) berpengaruh dan signifikan terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi politik (Y).
2. Pada variabel terpaan media (X2) menunjukan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Selain itu, nilai dari Thitung > Ttabel yaitu sebesar 6.580 > 1.966 hasil ini

menunjukan bahwa pengujian hipotesis H03 ditolak dan Ha3 diterima, hal ini menunjukan bawah terpaan media (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi politik (Y).

3. Pada variabel kredibilitas (X3) menunjukan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Selain itu, nilai dari Thitung > Ttabel yaitu sebesar 7.998 > 1.966 hasil ini menunjukan bahwa pengujian hipotesis H04 ditolak dan Ha4 diterima, hal ini menunjukan bawah kredibilitas (X3) berpengaruh dan signifikan terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi politik (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R)

Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.531[a]	.282	.276	1.796

a. Predictors: (Constant), KREDIBILITAS, TERPAAN MEDIA, KONTEN

b. Dependent Variable: PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI POLITIK

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Uji koefisien determinasi R Square (r2) dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan indikator variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat. Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi (r2) yang telah diolah menggunakan program SPSS. Berdasarkan tabel 4.22 hasil uji koefisien determinasi yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Nilai R sebesar 0,531 atau 53%, artinya hubungan antara konten, terpaan media, dan kredibilitas pada akun Instagram @tempdotco terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik *followers* memiliki tingkat hubungan yang cukup kuat.
2. Nilai R Square sebesar 0,282 atau 28,2% artinya variabel konten, terpaan media dan kredibilitas memberikan pengaruh sebesar 28,2% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik *followers* akun Instagram @tempodotco dan dikategorikan lemah.
3. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,276 atau 27% artinya variabel konten, terpaan media dan kredibilitas pada akun Instagram @tempodotco memberikan pengaruh sebesar 27% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik *followers* akun Instagram @tempodotco
4. Nilai Standart Error of the Estimate digunakan untuk mengukur variasi dari nilai yang diprediksi. Nilai standart error estimate adalah 1,796. Semakin kecil nilai standart error estimate artinya model semakin baik.

Pembahasan

Pengaruh Konten, Terpaan Media dan Kredibilitas Akun Instagram @tempodotco Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik *Followers*

Tabel di atas menunjukkan nilai koefisien konstanta sebesar 27.011 artinya konten, terpaan media dan kredibilitas berpengaruh dan mempunyai hubungan positif dengan kebutuhan informasi politik. Semakin tinggi nilai variabel konten, terpaan media dan kredibilitas maka pemenuhan kebutuhan informasi politik semakin tinggi. Berdasarkan tabel 4.22 konten, terpaan media dan kredibilitas memberikan pengaruh sebanyak 28,2% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik dan dikategorikan rendah, sementara 71,8% lainnya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini. Berdasarkan tabel 4.21 menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel (X3) kredibilitas terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik sebesar 0,391 yang mana nilai tersebut lebih besar dari variabel (X1) konten dan (X2) terpaan media. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel (X3) kredibilitas paling berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik.

Pada tabel setelah dilakukkan uji hipotesis secara simultan didapatkan hasil bahwa terpadat pengaruh konten, terpaan media dan kredibilitas akun Instagram @tempodotco terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik *followers*. Artinya Ha1 diterima karena terbukti terdapat pengaruh konten, terpaan media dan kredibilitas akun Instagram @tempodotco terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik *followers*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukkan oleh Hendrasih dan Banowo (2023) bahwa pemenuhan kebutuhan informasi dipengaruhi oleh terpaan media dan kredibilitas. Penelitian lain menyatakan bahwa pemenuhan kebutuhan informasi dipengaruhi oleh konten Fajari dan Khuntari (2023). Penelitian tersebut menggunakan teori yang sama digunakan pada penelitian ini yaitu teori *Uses and Gratification*. Penelitian ini berkaitan dengan teori *Uses and Gratification* yang menjelaskan bahwa media merupakan salah satu alat yang digunakan untuk memperoleh kepuasan dalam hal pemenuhan kebutuhan seseorang terhadap informasi, kini akses terhadap media telah menjadi suatu kebutuhan bagi setiap orang. Adapun khalayak merupakan individu yang aktif dan memiliki tujuan serta bertanggung jawab dalam memilih media yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Dari hasil tersebut juga menunjukkan bahwa pengikut atau *followers* akun Instagram @tempodotco mendapatkan informasi dan konten yang terupdate, akurat dan menyajikan informasi yang sedang dibutuhkan pengikutnya sehingga kebutuhan terhadap informasinya dapat terpenuhi.

Pengaruh Konten Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik

Hasil menunjukkan bahwa koefisien regresi konten terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik sebesar -0,323 dan hasil pengujian hipotesis secara parsial didapat nilai T hitung sebesar -7,736 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antara variabel konten dan pemenuhan kebutuhan informasi politik.

Semakin menarik dan banyaknya konten yang disajikan ternyata dapat menurunkan pemenuhan kebutuhan informasi politik. Informasi yang disajikan secara berlebihan tanpa penyaringan dan struktur yang jelas dapat membuat audiens kebingungan dan perbedaan perspektif terhadap suatu konten juga dapat mempengaruhi, sehingga *followers* sulit untuk memproses informasi dan timbul perbedaan pemahaman terhadap isi konten sehingga dapa mempengaruhu kebutuhan informasi terkait politik. Hal ini menegaskan bahwa upaya untuk meningkatkan daya tarik atau jumlah konten tidak selalu sejalan dengan kebutuhan informasi politik *followers*, dan elemen-elemen tertentu dalam konten mungkin menyebabkan kebingungan atau ketidakrelevanan.

Penelitian ini sesuai dengan teori *Uses and Gratification* yang menyatakan bahwa mereka yang dikenal dengan audiens atau pengguna media berperan aktif dalam memilih dan menggunakan media tersebut. Pengguna memiliki opsi untuk memenuhi kebutuhannya. Artinya *followers* akun @tempodotco secara sadar mencari konten seputar politik karena mencari tahu informasi seputar politik melalui media sosial Instagram pada akun @tempodotco.

Pengaruh Terpaan Media Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik

Hasil menunjukkan bahwa koefisien regresi terpaan media terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik sebesar 0,269 dan hasil pengujian hipotesis secara parsial didapatkan nilai T hitung sebesar 6.580 dengan nilai signifikasnsi 0,000 artinya terpaan media berpengaruh dan mempunyai hubungan positif (hubungan searah) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik semakin tinggi terpaan media, maka pemenuhan kebutuhan informasi politik semakin tinggi.

Semakin sering melihat dan membaca informasi, setiap hari selalu mengakses media sosial Instagram @tempodotco, menyaksikan lebih dari 5 kali unggahan akun Instagram @tempodotco dalam seminggu, melihat dan membaca semua postingan terbaru yang ada di Instagram @tempodotco, mengakses akun Instagram @tempodotco selama 5-10 menit, sering melihat postingan yang di sampaikan akun Instagram @tempodotco selama 10-30 detik, sering melihat pesan di Instastory akun Instagram @tempodotco dari awal sampai akhir, memperhatikan dengan baik informasi yang dibagikan oleh akun @tempodotco melalui feed

Instagram, memahami isi pesan yang disampaikan oleh akun @tempodotco dengan baik. Maka kebutuhan informasi politik semakin tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa terpaan media, seperti paparan berita berkontribusi secara positif terhadap pemahaman dan pemenuhan kebutuhan informasi politik oleh khalayak. Media, dalam hal ini, berfungsi sebagai sumber informasi yang efektif bagi audiens.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukkan oleh Safira dan Ikhma (2022) bahwa terpaan berpengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Penelitian ini sesuai dengan teori *Uses and Gratification* yang menyatakan bahwa mereka yang dikenal dengan audiens atau pengguna media berperan aktif dalam memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media berpartisipasi dalam proses komunikasi secara aktif. Pengguna media berusaha untuk memenuhi kebutuhannya dengan mencari sumber media terbaik. Menurut teori ini, pengguna memiliki opsi untuk memenuhi kebutuhannya. Artinya followers akun Instagram @tempodotco secara sadar terkena terpaan informasi seputar politik karena mencari tahu informasi seputar politik melalui media sosial Instagram pada akun @tempodotco.

Pengaruh Kredibilitas Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik

Hasil menunjukkan bawha koefisien regresi kredibilitas terhadap pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 0,391 dan hasil pengujian hipotesis secara parsial didapatkan hasil nilai T hitung sebesar 7.998 dengan nilai signifikansi 0,000 artinya kredibilitas berpengaruh dan mempunyai hubungan positif (searah) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik. Pengaruh positif ini mengindikasikan bahwa kredibilitas sumber informasi sangat penting dalam memenuhi kebutuhan informasi politik. Khalayak lebih cenderung merasa kebutuhan informasi mereka terpenuhi ketika informasi tersebut datang dari sumber yang dianggap kredibel dan dapat dipercaya.

Semakin sesuai dan relevan informasi yang disampaikan dengan kebutuhan saya, semakin lengkap dan uptodate, merupakan sumber yang berpengalaman terkait informasi politik, memiliki pengetahuan luas dan bertanggung jawab, terampil dalam menyampaikan informasi tentang politik, Informasi mengenai politik yang disampaikan bersifat objektif, akun Instagram sudah verified dan memiliki jumlah followers yang banyak sehingga layak dipercaya, unggahan video menarik, caption unggahan bersifat interaktif kepada followers. Maka kebutuhan informasi semakin tinggi.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukkan oleh Hendrasih dan Banowo (2023) bahwa kredibilitas berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Penelitian tersebut menggunakan teori yang sama dengan penelitian ini yaitu teori *Uses and*

Gratification yang menyatakan bahwa mereka yang dikenal sebagai audiens atau pengguna berperan aktif dalam memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media berpartisipasi dalam proses komunikasi secara aktif. Pengguna berusaha untuk memenuhi kebutuhannya dengan mencari sumber media terbaik. Menurut teori *Uses and Gratification*, pengguna memiliki pilihan untuk memenuhi kebutuhannya. Artinya *followers* akun Instagram @tempodotco secara sadar mencari tahu informasi seputar politik melalui akun media sosial @tempodotco karena dianggap sebagai sumber yang kredibel dalam menyampaikan informasi seputar politik.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan di atas mengenai pengaruh konten, terpaan media dan kredibilitas akun Instagram @tempodotco terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik followers dapat disimpulkan bahwa:

1. Konten, terpaan media dan kredibilitas akun Instagram @tempodotco secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik followers.
2. Konten berpengaruh dan mempunyai hubungan negatif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik followers akun Instagram @tempodotco
3. Terpaan media berpengaruh dan mempunyai hubungan positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik followers akun Instagram @tempodotco
4. Kredibilitas berpengaruh dan mempunyai hubungan positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik followers akun Instagram @tempodotco

6. DAFTAR REFERENSI

Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. Palembang: Bening Media Publishing

Abubakar, H. R. I. (2021). Pengantar metodologi penelitian. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.

Asari, A., et al. (2023). *Buku Komunikasi Digital*. Klaten: Penerbit Lakeisha

Amruddin, P. A. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sukoharjo: CV. Pradina Pustaka Grup

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ido Prijana Hadi, M. W. (2021). *Buku Ajar Komunikasi Massa.* Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.

Juditha, C., et al. (2016). *New Media Diskursus Sosial, Budaya, Politik dan Ekonomi dalam Ruang Virtual.* Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.

Nashrullah, M., et al. (2023). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data)*. Sidoarjo: Umsida Press.

Situmeang, I. V. O. (2020). *Buku Media Konvensional dan Media Online*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sugito, A. S., et al. (2022). *Media Sosial (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha)*. Deli Serdang: Universitas Medan Area Press.

Syafrina, A. E. (2022). *Buku Komunikasi Massa.* Sumedang: CV. Mega Press Nusantara.

Syarifuddin, S., & Saudi, I. A. (2022). *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan Spss*. Palangkaraya: Bobby Digital Center

Syahrial Syarbaini, S. M. (2021). *Naskah Buku : Teori, Media dan Strategi Komunikasi Politik.* Jakarta: CV. Akademika Universitas Esa Unggul

Yusuf, M. F. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi* . Yogyakarta: Pustaka Ilmu Grup.

Veronica, A., et al. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.

Aisyah, S. N., & Rorong, M. J. (2023). Pengaruh Kredibilitas Konten Edukasi Kanal Youtube Kok Bisa? Terhadap Kebutuhan Informasi Followers. Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 5(5)

Alqatras, M. D., & Ismail, O. A. (2023). Pengaruh Konten Media Sosial Instagram@ Metrotv Terhadap Kebutuhan Informasi Followers. eProceedings of Management, 10(6).

Anggraeni, I., & Hartanto, E. (2023). Pengaruh Konten dan Kualitas Informasi Akun Instagram@ idvolunteering terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi, 11(2), 229-242.

Chusumastuti, D., & Atthahirah, A. (2023). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Kepuasan Followers@ barkas. jogjakarta. Jurnal Manajemen Kreatif dan Inovasi, 1(2), 31-44.

Damayanti, C. N., & Amri Dunan, K. (2021). Pengaruh Terpaan Media dan Kredibilitas Tuan Rumah (Host) Terhadap Minat Politik Generasi Z. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *8*(2), 79-86.

Deborah, T., & Anggraeni, D. (2022). Pengaruh Terpaan Media Terhadap Minat Berkunjung pada Sial Interfood Expo Jakarta 2022. Jurnal Publish (Basic and Applied Research Publication on Communications), 1(2), 92-110.

Estrella, N., & Rusdi, F. (2022). Pengaruh Minat Pembaca Media Online Tempo. Co terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada Generasi Z. Koneksi, 6(2), 408-415.

Fajari, N., & Khuntari, D. (2023). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers@ Wonosobozone. Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi, 3(2), 42-55.

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.

Maulana, Y., Mu'arifah, A., & Nanda, S. E. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram@ Pinterpolitik Terhadap Kebutuhan Informasi Politik Generasi Z. Jurnal Ilmu Komunikasi, 13(1), 48-58.

Nurmuhammad, R., & Pamungkas, I. N. A. (2020). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Sikap Konsumen Game Mobile Pt. Agate International. eProceedings of Management, 7(1).

Nurhaditio, M. D., & Hartanto, E. (2023). Pengaruh Terpaan Dan Kualitas Informasi Pada Akun Instagram@ Animolife Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(02), 57-62.

Noval, N., Cindoswari, A. R., & Sp, M. (2024). Pengaruh Kredibilitas Konten Tiktokrobbyyuliendra (Robbyyuliendra) Terhadap Kebutuhan Informasi Followers. Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 6(2)

Pangestu, A., & Isnaini, M. (2022). Pengaruh Terpaan Berita Dan Kredibilitas Pemberitaan Omicron Pada Kompas. Com Terhadap Perilaku Sehat Mahasiswa Dki Jakarta. *Jurnal Sains Terapan: Wahana Informasi dan Alih Teknologi Pertanian*, *12*(Khusus), 154-164.

Putri, A. E. (2020). Pengaruh Konten Akun Instagram@ Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lalu Lintas Followers. Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 24(2), 129-141.

Rossza, D. A., & Lubis, E. E. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram@ halodoc Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Followers. Jom Fisip, 7, 1-11.

Safira, N. W., & Zurani, I. (2022). Pengaruh Terpaan Media Instagram@ Pekanbarukuliner Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS), 11(2), 77-85.

Trianita, Y., & Nasher, A. (2022). Pengaruh Konten Tiktok Dr. Yessica Tania (@ Dr. Ziee) Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Followers. Jurnal Ilmu Komunikasi, 12(1), 54-65.

We Are Social, "Digital 2024 Panduan Utama Menuju Dunia Digital Terus Berkembang" https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/. (diakses pada tanggal 25 Maret 2024).

Instagram @tempodotco "Unggahan Akun Instagram @tempodotco" https://www.instagram.com/tempodotco/ (diakses pada tanggal 25 Maret 2024).