

**PENGARUH TERPAAN PEMBERITAAN TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN
INFORMASI
(SURVEY PADA FOLLOWERS @KOMPASTV)**

Velantin Valiant, Syarifuddin S Gassing

Email : velantin_yai@hotmail.com; udinsg@gmail.com

ABSTRAK

Saat ini media banyak melakukan transformasi ke media sosial salah satunya media TV Kompas, dimana media ini sudah memiliki media sosial Instagram Kompas.tv untuk memberikan informasi kepada followers. Dalam penelitian ini meneliti tentang seberapa besar pengaruh terpaan pemberitaan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi? (Survey Pada Follower @Kompas.tv). Adapun dalam penelitian ini menggunakan teori uses and gratification, dengan variabel X Terpaan pemberitaan dan variabel Y Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Adapun dalam penelitian ini menggunakan paradigma penelitian positivism, pendekatan penelitian dengan kuantitatif, sifat penelitian eksplanatif dan metode penelitian survey. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah followers @Kompas.tv dengan menggunakan rumus sampel didapatkan sampel sejumlah 100 followers, dengan Teknik penarikan sampel purposive sampling. Hasil yang diperoleh terdapat hubungan sangat kuat sebesar 0,807 yaitu terdapat hubungan yang kuat antara terpaan pemberitaan Terhadap Pemenuhan Kebutuhan informasi.

Kata Kunci: Terpaan Pemberitaan, pemenuhan Kebutuhan Informasi, Followers. @Kompas.tv

ABSTRACT

Currently, many media are transforming into social media, one of which is Kompas TV media, where this media already has Instagram Kompas.tv social media to provide information to followers. In this research, we examine how much influence exposure to news has on fulfilling information needs? (Survey of @Kompas.tv Followers). This research uses the uses and gratifications theory, with variable X Exposure to news and variable Y Fulfillment of Information Needs. This research uses a positivist research paradigm, a quantitative research approach, explanatory research and survey research methods. The population in this research is @Kompas.tv followers. Using the sample formula, a sample of 100 followers was obtained, using a purposive sampling technique. The results obtained show a very strong relationship of 0.807, namely that there is a strong relationship between exposure to news and meeting information needs.

Keywords: *Exposure to News, Fulfillment of Information Needs, Followers. @Kompas.tv*

PENDAHULUAN

Saat ini televisi berada di Tengah-tengah evolusi media baru dari konektivitas yang memberikan pengguna pilihan hiburan yang tidak terhitung. Penonton televisi memiliki kekuatan yang dapat mengubah konglomerat media massa dan pembuat konten, peran media profesional seakan akan menjadi lebih kolaboratif, yaitu menjadi hubungan media dua arah (Slade, 2015)

Di era generasi milenial seperti saat ini perlahan peran televisi menjadi terganggu karena adanya media baru bernama media sosial sebagai turunan dari perkembangan teknologi internet. Semua aktivitas manusia tidak terlepas dari teknologi internet. Kemunculan internet contoh kemajuan teknologi saat ini yang membawa perubahan dalam komunikasi, dan yang menjadi alasan masyarakat Indonesia menggunakan internet diantaranya menggunakan media sosial (Jordan, 2021).

Media sosial memiliki kemampuan untuk merubah pola penyebaran informasi yang dari sebelumnya memiliki sifat *monologue* ke pola penyebaran informasi yang bersifat *dialogue* (Cheng et al., 2016). Media sosial juga mendukung perubahan perilaku *audience* dari yang sebelumnya hanya pengonsumsi konten menjadi pembuat konten,

(Kitsa & Mudra, 2018) menjelaskan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana hiburan atau menjalin pertemanan, media sosial memiliki potensi yang lebih besar dari itu (Kitsa & Mudra, 2018) adalah mendapatkan informasi sejelas-jelasnya. membuat media sosial menjadi sesuatu yang penting bagi dunia pertelevisian (Ponnan et al., 2015), sehingga sekarang media televisi memiliki sosial media untuk menyampaikan informasi kepada khalayak.

Kini masyarakat berdampingan dengan media sosial yang memberikan kontribusi aliran informasi, video, dan forum gambar. Masyarakat sudah tidak bisa lagi mengabaikan media sosial dalam keseharian kehidupan pribadi. Media sosial memberikan kebebasan bagi penggunanya untuk memposting atau berbagi sesuatu yang disukai penggunanya. Berbagai media sosial digemari banyak khalayak karena aplikasi media sosial sudah memiliki fasilitas yang bermacam-macam.

(Damayanti & Prasetyawati, 2023), Seperti aplikasi media instagram yang dibuat untuk berbagi video kepada yang melihat postingan mereka. Samahalnya dengan Kompas tv memiliki akun instagram @kompastv, dimana melalui akun inilah disampaikan informasi berbagai berita yang dapat dinikmati oleh follower.

Informasi adalah suatu kebutuhan pokok, sehingga jika kebutuhan informasinya tidak terpenuhi akan menjadi masalah bagi pengguna. Informasi dibutuhkan pengguna untuk menambah pengetahuan. Memperoleh kepuasan meningkatkan ketrampilan (Perdana et al., 2012). Pada dasarnya, kebutuhan individu dalam memilih akun berita pada media Instagram berbeda antara satu individu dengan individu lainnya. Oleh karena itu aktivitas individu menggunakan media Instagram memiliki tujuan kepuasan dan tujuan yang dicari pun juga berbeda. Jika setiap individu merasa dengan mereka menggunakan media Instagram dapat memenuhi kebutuhan informasinya, maka ia akan mengonsumsinya (Wicaksana, 2023).

Pencarian informasi pada saat ini demikian mudah. Pengguna tinggal mengakses media Instagram, maka mereka dihadapkan langsung dengan berbagai informasi dan memilih informasi yang dibutuhkan dan diinginkan. Followers akun @kompastv terkena terpaan media. Dimana terpaan media merupakan kegiatan khalayak mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media massa atau memiliki pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut. Terpaan media dapat diukur dengan beberapa parameter, termasuk frekuensi (seberapa sering khalayak melihat dan membaca

pesan), intensitas (seberapa jauh khalayak memahami isi pesan), dan durasi (seberapa lama khalayak memperhatikan pesan) (Safira et al., 2022). Media audio, audiovisual, media cetak, dan media online adalah semua contoh penggunaan jenis media (Ardianto, 2014).

Dimana terpaan media Instagram @kompastv ini diharapkan mampu memberikan pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan akan informasinya followers. Dalam penelitian ini yang menjadi perumusan masalahnya adalah: Seberapa besar pengaruh terpaan media Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. (Survey pada Followers akun @Kompastv). Sedangkan yang menjadi tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah: Untuk mengetahui besaran pengaruh terpaan media Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. (Survey pada Followers akun @Kompastv).

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Uses and Gratification

Herbert Blumer, Elihu Katz, dan Michael Gurevitch mengemukakan teori ini pada tahun 1974 (Nurudin, 2007). Mereka berpendapat bahwa mereka yang dikenal dengan audiens atau pengguna media berperan aktif dalam memilih dan

menggunakan media tersebut. Pengguna media berpartisipasi dalam proses komunikasi secara aktif. Pengguna media berusaha untuk memenuhi kebutuhannya dengan mencari sumber media terbaik. Menurut teori penggunaan dan penghargaan, pengguna memiliki opsi untuk memenuhi kebutuhannya (Nurudin, 2007).

Fenomena lahirnya teori uses and gratification melihat audiens memiliki hasrat (secara faktor psikologis dan sosial) untuk memilih apa yang diinginkan dari adanya terpaan media. Teori Uses and Gratification cenderung melihat audiens memilih medium yang akan digunakan. Hal tersebut dikarenakan banyaknya pilihan medium untuk seseorang mengirim pesan sehingga muncul preferensi berdasarkan kebutuhan tiap-tiap individu. Oleh karena itu, sudut pandang yang digunakan dalam teori ini lebih melihat kepada alasan mengapa audiens memilih medium tersebut dan pada waktu apa medium tersebut dipilih dan digunakan (Karunia H et al., 2021).

Terpaan Media

Terpaan media merupakan kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media massa serta mengalami pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut. Ini dapat terjadi pada tingkat individu atau

kelompok. Dalam teori terpaan media, khalayak berbicara tentang jenis media, frekuensi, dan durasi penggunaan mereka. Media suara, visual, cetak, dan kombinasi media semuanya termasuk dalam kategori penggunaan media (Ardianto dan Erdiyana, 2007). Terpaan media ditunjukkan dengan tiga dimensi, yaitu:

- a. Frekuensi adalah tingkat keseringan pesan yang dibaca, ditonton, dan didengar dari media.
- b. Intensitas adalah tingkat pemahaman isi pesan yang disampaikan oleh media.
- c. Durasi adalah waktu atau lama yang dihabiskan untuk memperhatikan isi pesan yang disampaikan oleh media (Safira et al., 2022).

Media Instagram

Instagram adalah salah satu platform jejaring sosial yang cocok untuk pemasaran langsung. Dengan meng-upload foto atau video singkat tentang barang atau jasa yang dijual di Instagram, pelanggan potensial dapat melihat jenis barang atau jasa yang ditawarkan. Instagram adalah platform media sosial yang memungkinkan orang untuk berbagi foto dan video secara online, serta layanan jejaring sosial, yang memungkinkan orang untuk mengambil foto dan

membaginya dengan teman mereka (Budiargo, dalam (Safira et al., 2022)).

Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Informasi merupakan rangkaian data yang telah diolah dengan sedemikian rupa dalam format yang sangat berguna akan khalayak serta berguna untuk pemungutan hasil sekarang ini dan di kemudian hari. Informasi yang baik adalah proses pengkomunikasian yang terorganisir dan pesan yang diberikan harus berkualitas sangat tinggi. Pemenuhan kebutuhan informasi dapat didefinisikan sebagai suatu kondisi atau kondisi seseorang Ketika informasi tertentu mempunyai kontribusi yang besar terhadap pencapaiannya Saat ia harus mengambil keputusan, menjawab pertanyaan, menentukan praktis dan pemecahan masalah atau mampu memahami suatu masalah tertentu (Gunshaputra & Anggraini, 2020).

Terdapat empat pendekatan yang menggambarkan kebutuhan penggunaan media sosial. Dilihat dari perbedaannya, mampu membedakan sesuatu berdasarkan jenis, bentuk, cara penyajian, cakupan isi, ketepatan waktu, dll. Menurut Guha, kebutuhan informasi pengguna media sosial bisa dilihat dalam sebagian pendekatan yaitu:

- a. Pendekatan Berbasis Kebutuhan (*Catching-up Need Approach*): yakni strategi kepada pengguna yang ingin mengetahui solusi untuk informasi mutakhir yang selaras dengan kebutuhan mereka.
- b. Pendekatan Kebutuhan Saat ini (*Current Need Approach*): yaitu suatu strategi yang ditujukan kepada pemakai media yang mengetahui data untuk memperdalam maupun meningkatkan keahliannya.
- c. Pendekatan Harian (*Everyday Need Approach*): merupakan strategi ditujukan untuk pengguna yang sangat memerlukan berita secara cepat, konkrit, dan teratur.
- d. Pendekatan Kebutuhan yang Diperlukan (*Exhaust Need Approach*): ialah pendekatan ditujukan untuk pemakai yang amat tergantung pada berita yang mereka perlukan (Puspitadewi et al., 2016).

Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ho: Tidak Terdapat Pengaruh Terpaan Pemberitaan Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survey Pada Followers @Kompastv).

Ha: Terdapat Pengaruh Terpaan Pemberitaan Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survey Pada Followers @Kompastv).

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan paradigma pospositivism, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, sifat penelitian eksplanatif dan metode penelitian survey. Dalam penelitian ini menggunakan pengumpulan data secara primer dengan penyebaran kuesioner dan data secara sekunder dengan studi Pustaka dari buku, jurnal, portal berita yang berkaitan dengan penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini adalah follower akun @kompastv sejumlah 2.000.000 followers dengan menggunakan rumus Slovin presisi 10% diperoleh hasil 99,53 dibulatkan menjadi 100 orang responden yang diambil dengan cara non probability sampling melalui purposive sampling. Adapun yang menjadi kriterianya adalah: Pernah melakukan Like dan Komentar di postingan akun @kompastv.

Dalam penelitian ini diawali dengan pretest kepada 30 orang responden untuk uji validitas dan uji reliabilitas. Dilanjutkan dengan tabel Tunggal, pengujian korelasi, pengujian regresi dan pengujian hipotesis kepada 100 orang responden.

Adapun hasil dari Pretest untuk pengujian validitas adalah:

- a. Variabel Terpaan Media: Dari enam butir pernyataan dari tiga dimensi diperoleh hasil bahwa semua pernyataan untuk variabel X dinyatakan valid hal ini dikarenakan nilai R Hitung $>$ R Tabel Untuk nilai R tabel 30 responden sebesar 0,361.
- b. Variabel Pemenuhan kebutuhan Informasi: Dari delapan butir pernyataan dari empat dimensi diperoleh hasil bahwa semua pernyataan untuk variabel X dinyatakan valid hal ini dikarenakan nilai R Hitung $>$ R Tabel Untuk nilai R tabel 30 responden sebesar 0,361.

Adapun hasil dari Pretest untuk pengujian reliabilitas adalah:

- a. Variabel Terpaan Media, dimana untuk variabel ini diperoleh nilai alpha croanbach sebesar 0,783 dimana dianggap reliabel karena hasil uji alpha croanbach $>$ 0,60.
- b. Variabel Terpaan Media, dimana untuk variabel ini diperoleh nilai alpha croanbach sebesar 0,792 dimana dianggap reliabel karena hasil uji alpha croanbach $>$ 0,60.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini yang menjadi karakteristik responden antara lain:

- a. Jenis kelamin, dalam penelitian ini yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 72 orang responden atau sebanyak 72% dan yang berjenis kelamin Perempuan sebanyak 28 orang responden atau sebanyak 28%. Dalam penelitian ini di dominasi oleh responden yang berjenis kelamin laki-laki.
- b. Usia, dalam penelitian ini yang berusia 17 – 26 tahun sebanyak 15 orang responden atau sebesar 15%, yang berusia 27 – 36 tahun sebanyak 40 orang responden atau sebesar 40%, yang berusia 37 – 46 tahun sebanyak 22 orang responden atau sebesar 22% dan yang berusia diatas 47 tahun sebanyak 23 orang responden atau sebesar 23%. Dalam penelitian ini di dominasi oleh responden yang berusia sekitar 27 -36 tahun.
- c. Pekerjaan, dalam penelitian ini yang sebagai siswa/mahasiswa sebanyak 20 orang responden atau sebesar 20% yang bekerja sebagai ASN/BUMN sebanyak 48 orang responden atau sebesar 28%, yang bekerja sebagai

karyawan swasta sebanyak 32 orang responden atau sebesar 32%. Dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang bekerja sebagai ASN/BUMN.

Uji Korelasi

Dari hasil pengujian asumsi klasik untuk Uji Korelasi diperoleh hasil dari perhitungan SPSS dan dengan jumlah sampel 100 responden, dapat dijelaskan bahwa terdapat hubungan (korelasi) antara terpaan pemberitaan terhadap pemenuhan kebutuhan akan informasi. Hasil koefisien korelasi yang didapat adalah sebesar 0,807, yang terdapat pada interval 0,80 – 0,999. Hal ini menunjukkan arah koefisien korelasi (hubungan) yang sangat kuat antara variabel X dan variabel Y, yaitu terdapat hubungan yang sangat kuat antara terpaan media terhadap pemenuhan kebutuhan akan informasi (survei pada Followers akun @kompastv).

Uji Regresi

Dari hasil pengujian asumsi klasik untuk Uji regresi Hasil perhitungan regresi diketahui nilai koefisien determinan (R Square) yang diperoleh sebesar 0,621, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel X: Terpaan Media terhadap variabel

Y: Pemenuhan Kebutuhan Informasi adalah sebesar 62,1%. Sedangkan sisanya yaitu 37,9% pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat yang menonton dan membaca berita melalui akun @kompasTv dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti didalam penelitian ini.

Hasil perhitungan koefisien regresi sederhana pada tabel diatas memperlihatkan nilai koefisien konstanta adalah sebesar 11,832 koefisien variabel bebas (X) adalah sebesar 0,830. Sehingga diperoleh persamaan regresi dengan rumus:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 11,832 + 0,830X$$

Berdasarkan persamaan diatas diketahui nilai konstantanya sebesar 11,832, secara matematis nilai konstanta ini menyatakan bahwa pada saat konten *review* (X) 0, maka minat beli (Y) memiliki nilai 11,832. Selanjutnya nilai positif (0,830) yang terdapat pada koefisien regresi variabel X: Terpaan Berita menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel X: Terpaan Berita dan Variabel Y: Pemenuhan Kebutuhan Informasi adalah searah, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel X: Terpaan Berita akan menyebabkan kenaikan variabel Y: Pemenuhan Kebutuhan Informasi sebesar 0,830.

Sesuai dengan tabel diatas, hasil uji t (uji hipotesis parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh variabel X: terhadap Y Pemenuhan Kebutuhan Informasi adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $10,359 >$ nilai t tabel 1,661, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh Terpaan Berita terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi.

Pembahasan

Teori *Uses and Gratification* merupakan salah satu teori yang menjelaskan bahwa khalayak aktif mencari media dan informasi. Dalam mencari informasi, terhubung dengan orang lain, hiburan, untuk memperkuat identitas diri, dan melarikan diri merupakan salah satu kebiasaan khalayak dalam menggunakan media. Dalam Teori *Uses and Gratification* dengan sudut pandang yaitu individu menggunakan media sosial dengan tujuan tertentu dalam hal ini adalah pencarian informasi, media komunikasi, hiburan, bersosialisasi dan pencarian status dan pengguna berperan aktif dalam memilih sosial media yang dibutuhkan berdasarkan motivasi mereka.

Maka dari itu, digunakan empat variabel dari teori *Uses and Gratification* yaitu pencarian informasi, pencarian status, untuk melakukan interaksi dan bersosialisasi,

selain itu juga untuk mendapatkan hiburan. Dalam pencarian informasi mengarah pada kepuasan dengan akses mudah ke informasi yang tepat waktu dan relevan dari media sosial. Pencarian status menggambarkan pengakuan, pencapaian status, dan kedudukan dengan pengguna media sosial lainnya. Bersosialisasi mewakili dari mengenal pengguna lain, berinteraksi, dan terhubung dengan pengguna media sosial. Untuk mendapatkan hiburan berkaitan dengan kemampuan media dalam memenuhi kebutuhan individu akan pelarian, menghilangkan ketakutan, dan pelepasan emosi setelah melakukan kegiatan rutinitas.

Dengan penggunaan media yang rutin memberikan dampak/efek kepada khalayak. Dimana dampak yang dirasakan sangatlah bervariasi diantara satu orang dengan yang lainnya. Dalam penelitian ini difokuskan adalah penggunaan media sosial Instagram dari akun @kompas.tv dapat memberikan efek atau dampak pemenuhan kebutuhan informasi kepada khalayak. Dari hasil yang diperoleh terdapat hubungan yang sangat kuat antara terpaan media terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kepada khalayak. Dimana akun @kompas.tv menyampaikan berbagai berita hard news dan soft news.

Penyampaian berita melalui akun @kompas.tv ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi khalayak yang menggunakan media Instagram sebagai media pemuas kebutuhan akan informasi bagi khalayak. Dalam penelitian ini jika dilihat dari karakteristik responden terdiri dari kedua jenis kelamin yaitu laki-laki dan Perempuan dalam menggunakan media instagram @kompas.tv dan untuk karakteristik lainnya juga cukup bervariasi dari usia dan Pekerjaan, hal ini menunjukkan bahwa yang menggunakan media Instagram @kompas.tv ini dari berbagai karakteristik usia dan Pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan akan informasi.

PENUTUP

Dalam penelitian ini terdapat hasil korelasi yang didapat adalah sebesar 0,807, yang terdapat pada interval 0,80 – 0,999. Hal ini menunjukkan arah koefisien korelasi (hubungan) yang sangat kuat antara variabel X dan variabel Y, yaitu terdapat hubungan yang sangat kuat antara terpaan media terhadap pemenuhan kebutuhan akan informasi (survei pada Followers akun @kompastv).

Dari hasil pengujian asumsi klasik untuk Uji regresi diketahui nilai koefisien determinan (R Square) yang diperoleh

sebesar 0,621, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel X: Terpaan Media terhadap variabel Y: Pemenuhan Kebutuhan Informasi adalah sebesar 62,1%. Sedangkan sisanya yaitu 37,9% pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat yang menonton dan membaca berita melalui akun @kompasTv dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti didalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Cheng, M.-H., Wu, Y.-C., & Chen, M.-C. (2016). Television Meets Facebook: The Correlation between TV Ratings and Social Media. *American Journal of Industrial and Business Management*, 06(03), 282–290. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2016.63026>
- Damayanti, A. P., & Prasetyawati, H. (2023). Pengaruh Terpaan Berita Hoax Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Penyebaran Berita Hoax Di Media Sosial Tiktok Artikel Jurnal Ilmiah Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Interstudi Program Studi Sarjana Ilmu Komunikasi Jakarta 2023. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, V(1), 57–73. <https://journal.interstudi.edu/index.php/interscript/article/view/1978/348>
- Jordan, R. (2021). Strategi Pengelolaan Facebook Antvlovers Dalam Membangun Audience Engagement. *Inter Script : Journal of Creative Communication*, 2(1), 30–50. <https://doi.org/10.33376/is.v2i1.533>
- Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Kitsa, M., & Mudra, I. (2018). Social media tools for TV programmes promotion. *Communication Today*, 9(2), 56–72.
- Perdana, C. R., Rizal, E., & Khadijah, U. L. (2012). Hubungan Twitter Jatinangorku dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Daerah Jatinangor bagi Followers. *EJurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran*, 1(1), 1–15. <http://journals.unpad.ac.id>
- Ponnan, R., Nor, M., & Ali, S. (2015). Social Media Issues Embedded in Broadcasting: Malaysian Experience. *E-Bangi*, 10(1), 1823–1884. <http://103.219.237.47/ebangi/article/view/11035>
- Puspitadewi, I., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2016). Pemanfaatan “Twitter

Tmcpoldametro” Dalam Memenuhi
Kebutuhan Informasi Para Pengguna
Jalan Raya. *Jurnal Kajian Informasi
Dan Perpustakaan*, 4(1), 21.
<https://doi.org/10.24198/jkip.v4i1.1162>
5

Safira, N. W., Zurani, I., & Riau, U. (2022).

Pengaruh Terpaan Media Instagram
@Pekanbarukuliner Terhadap
Pemenuhan Kebutuhan Informasi
Followers. *Jurnal Ilmu Komunikasi* |,
11(2), 77–85.

Slade, A. F. (2015). *Television, social
media, and Fan Culture*. Lexington
Books.

Wicaksana, D. agung. (2023). Pengaruh
Instagram @Detikcom Terhadap
Pemenuhan Kebutuhan Informasi
Followers. *Eastasouth Journal of
Positive Community Services*, 1(02),
55–76.
<https://doi.org/10.58812/ejpcs.v1i02.60>