

## **Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @internship\_ddbtlkom Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa di Kota Bandung**

**Hana Ilhami<sup>1</sup>, Ratih Hasanah Sudrajat<sup>2\*</sup>**

<sup>1,2</sup> Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Telkom University, Bandung, Indonesia

\*Correspondence Author: [ratihhasanah@telkomuniversity.ac.id](mailto:ratihhasanah@telkomuniversity.ac.id)

### **ABSTRACT**

*Instagram social media is currently not only used to share photos and videos. Currently Instagram can be used as a medium to share information. Through Instagram, audiences do not need to open a news portal through the website because all news can be obtained through one platform, namely Instagram. In this way, Instagram makes it easier for its users to share information with other users, one of the state-owned companies, namely Telkom Indonesia, especially the Digital Business department, utilizes social media as an information platform about internships. The purpose of this research is to find out the influence of Instagram social media content @internship\_ddbtlkom on fulfilling the information needs of students in the city of Bandung. This type of research is quantitative by distributing questionnaires through Instagram stories and WAG. Active students in the city of Bandung are the population in this study. In this study the data analysis techniques used included descriptive analysis, normality test, heteroscedasticity test, regression test, correlation coefficient, coefficient of determination, hypothesis test T. positive for the y variable, namely the need for information, the social media content variable has an influence of 85.6% on fulfilling the information needs of students in the city of Bandung, while the remaining 14.4% is a factor not examined by researchers in this study.*

**Keywords:** Content, SocialMedia, Instagram, Information Needs

### **ABSTRAK**

Media sosial Instagram saat ini bukan hanya digunakan untuk membagikan foto dan video. Saat ini Instagram dapat digunakan sebagai media untuk membagikan informasi. Melalui Instagram khalayak tidak perlu membuka portal berita melalui website karena semua berita bisa di dapatkan melalui satu platform yakni Instagram. Dengan begitu Instagram memudahkan para penggunanya untuk saling berbagi informasi kepada pengguna lainnya, salah satu perusahaan BUMN yaitu Telkom Indonesia khususnya departemen *Direktorat Digital Business* memanfaatkan sosial media sebagai platform informasi seputar magang. Dilakukannya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten media sosial Instagram @internship\_ddbtlkom terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa di kota Bandung. jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan melakukan penyebaran kuesioner melalui *instastory* dan WAG. Mahasiswa aktif di kota Bandung adalah populasi pada penelitian ini. Pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif, uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji regresi sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji hipotesis T. berdasarkan hasil penelitian yang telah di uji memperoleh hasil bahwa variabel x yaitu konten media sosial diperoleh hasil yang signifikan positif terhadap variabel y yaitu kebutuhan informasi, variabel konten media sosial memberikan pengaruh sebesar 85,6% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa di kota Bandung, sementara itu sisanya sebesar 14,4% merupakan faktor yang tidak diteliti oleh peneliti pada penelitian ini.

**Kata Kunci:** Konten, Media Sosial, Instagram, Kebutuhan Informasi

## Pendahuluan

Berkembangnya IPTEK yang diikuti perkembangan digital 4.0, membuat pengaruh yang besar dalam kehidupan manusia. Semakin pesat teknologi yang berkembang tentunya memberikan banyak kemudahan bagi manusia, mulai dari aktivitas manusia yang sehari-hari menjadi lebih mudah dan efektif dari sebelumnya. Dengan pertumbuhan teknologi yang semakin canggih menimbulkan banyak inovasi baru salah satunya adalah internet. Hadirnya internet telah membawa banyak perubahan khususnya dalam penerimaan dan pemberian informasi, melalui internet manusia bisa mendapatkan akses hiburan, komunikasi, dan informasi yang di dapatkan seolah tidak terbatas sehingga memudahkan seseorang untuk mencari apa saja, kapan saja dan dimana saja. Ini merupakan gambaran nyata dari hasil perkembangan teknologi yang digunakan manusia saat ini yang memberikan efisiensi terhadap ruang dan waktu.

Menurut Dessy Andamisari, Dosen Ilmu komunikasi dari Institut Stiami dalam (Budi Nugraha, 2022) mengatakan bahwa meningkatnya perkembangan pengguna dan kemajuan internet di Indonesia memiliki manfaat yang sangat besar, salah satunya dibidang informasi

Media sosial adalah sebuah aplikasi yang berbasis internet yang dapat digunakan oleh siapa pun yang dapat terhubung melalui perangkat internet seperti smartphone atau perangkat lain yang serupa (Evan dalam (Fauziyyah & Rina, 2020) mengatakan Media sosial dapat dipergunakan khalayak untuk berkomunikasi dan berinteraksi secara dua arah hanya dengan menggunakan koneksi internet, tanpa terkendala oleh ruang dan waktu. Melalui penggunaan media sosial khalayak bisa mendapatkan serta menerima informasi dengan mudah dan cepat karena seperti yang kita ketahui adanya media sosial menjadi wadah baru dalam memenuhi kebutuhan informasi.

Melihat peluang itu, banyak perusahaan atau lembaga-lembaga yang memanfaatkan media sosial sebagai media penyebaran informasi yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat, seperti informasi lowongan kerja sebuah perusahaan yang dibutuhkan masyarakat maupun lowongan magang atau *internship*. Salah satu platform yang banyak digunakan untuk mencari informasi dan sebagai salah satu platform penyebaran informasi yaitu Instagram. Instagram merupakan media social yang paling banyak diminati, Indonesia juga menempati posisi ketiga didunia dengan pengguna akun terbanyak. Pada platform Instagram ini, pengguna dapat membagikan dan menyebarkan

informasi dengan *mempublish* postingan dalam bentuk gambar atau video yang dikemas kedalam suatu konten yang menarik.

Pada platform Instagram ini, pengguna dapat membagikan dan menyebarkan informasi dengan mengunggah postingan dalam bentuk gambar atau video yang dikemas kedalam suatu konten yang menarik. Menurut Cangara dalam (Junaidi & Ricko, 2019) menyebutkan bahwa dalam platform digital hal yang paling penting ialah formulasi dari konten-konten mengenai pesan yang akan disampaikan. Konten memiliki peranan penting dalam komunikasi karena melalui konten dapat diketahui apakah sebuah pesan atau informasi yang disampaikan bisa diterima dengan baik atau tidak bagi pengguna media sosial kepada pengguna platform digital.

Halvorson dalam (Junaidi & Ricko, 2019) Dengan adanya konten di media sosial juga terdapat beberapa lembaga ataupun perusahaan yang bersaing untuk membuat konten-konten sebagai media penyebaran informasi yang menarik dengan tujuan memenuhi kebutuhan informasi para pengguna media sosial karena konten yang dibagikan di media sosial dapat memberikan pengaruh terhadap akun di media sosial itu sendiri.

Dalam kesempatan ini, salah satu perusahaan BUMN yaitu Telkom Indonesia khususnya departemen *Direktorat Digital*

*Business* memanfaatkan platform Instagram sebagai platform untuk menyebarkan informasi seputar Magang atau Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang dibutuhkan oleh mahasiswa. Telkom Indonesia khususnya departemen *Direktorat Digital Business* membuat akun instagram khusus yang diberi nama @internship\_ddbtelkom sebagai *username* atau nama pengguna yang terdaftar di Instagram. Akun @internship\_ddbtelkom ini berisikan konten media sosial dengan format foto dan video yang memaparkan mengenai informasi, berita, event, aktivitas serta segala kegiatan program internship di DDB Telkom Indonesia.

Berdasarkan program *internship* yang dimiliki oleh DDB Telkom yang dimuat dalam konten media sosial tersebut juga menginformasikan beberapa keunggulan yang dimiliki oleh DDB Telkom Indonesia diantaranya peserta magang dapat mendapat sertifikat magang BUMN, mendapatkan uang saku setiap bulannya, mendapatkan fasilitas dari kantor yang dapat menunjang kegiatan magang. Dari hasil observasi peneliti pada analisis konten media sosial yang diproduksi oleh instagram DDB Telkom membuat peneliti mengetahui bahwa DDB Telkom Indonesia memiliki keunggulan baik dari program magang yang dimiliki maupun dari segi pengemasan konten media sosialnya yang bervariasi. Sehingga tidak hanya membuat para

pencari program magang tertarik tetapi juga dapat memperoleh informasi seputar dunia kerja dengan cara yang lebih interaktif jika dibandingkan dengan beberapa akun instagram yang hanya menyediakan informasi seputar lowongan magang saja tanpa memberi informasi lainnya seperti tips dan trik yang sudah dipaparkan sebelumnya.

Berdasarkan observasi mengenai subjek dan objek penelitian dan referensi beberapa penelitian yang didapatkan, peneliti tertarik untuk untuk menjadikan instagram @internship\_ddbtelkom sebagai objek penelitian untuk mengukur seberapa besar pengaruh dari konten yang diunggah di Instagram @internship\_ddbtelkom terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa di Kota Bandung.

### **Metode Penelitian**

Peneliti menggunakan penelitian kuantitatif pada penelitian ini dikarenakan peneliti membutuhkan data dalam bentuk angka untuk menghitung dan mengetahui pengaruh. Metode kuantitatif ini juga disebut dengan metode konfirmasi dikarenakan metode ini dapat dijadikan sebagai sebuah pembuktian (Sugiyono, 2019).

Pada penelitian ini, variabel X selaku variabel independen atau umumnya disebut variabel bebas ialah konten media sosial dan

variabel Y yang merupakan variabel dependen atau umumnya disebut variabel terikat adalah kebutuhan informasi. Variable x yang mempengaruhi variable y dijelaskan dalam judul “Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @internship\_ddbtelkom Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa di Kota Bandung”. Dalam penelitian ini juga terdapat metode survey untuk me-sama ratakan sebuah fenomena atau variabel yang sedang diteliti.

Skala pengukuran merupakan satuan untuk menetapkan tinggi rendahnya sebuah interval yang telah disepakati dan disetujui sebagai acuan yang dipergunakan menjadi alat ukur sehingga membentuk atau menghasilkan sebuah data (Sugiyono, 2019). Skala likert yang digunakan peneliti dalam penelitian ini memiliki empat jawaban dalam setiap dimensi indikator pertanyaan. Pertimbangan peneliti memilih menggunakan skala likert dengan empat pertanyaan ialah untuk menghindari adanya jawaban netral maupun jawaban ragu-ragu.

Populasi dalam penelitian ini merupakan mahasiswa aktif di kota bandung dengan sampel yang telah peneliti hitung menggunakan rumus bernoulli sehingga diperoleh hasil sebesar 385. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan peneliti adalah Teknik probability sampling yaitu teknik

memberikan kesempatan dan peluang yang sama untuk ditarik sebagai sebuah sampel (Sugiyono, 2019).

Uji validitas ialah sebuah pengujian yang dilakukan peneliti untuk mengetahui keabsahan, ketepatan hingga kecermatan pada item pertanyaan atau pernyataan untuk mengukur variabel yang akan diteliti (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016a). Pada uji validitas ini, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 30 responden untuk melakukan uji coba menggunakan tingkat kesalahan 5%. Dalam menghitung uji validitasnya, peneliti menggunakan bantuan software IBM SPSS 25 untuk melakukan pengujian. Sehingga dengan tingkat kesalahan 5% pada 30 responden didapatkan nilai r Tabel sebesar 0,361.

Uji reliabilitas ialah pengujian yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepercayaan atau kehandalan suatu item pertanyaan dalam mengukur sebuah variabel penelitian (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Berdasarkan hasil perhitungan diatas yang didapatkan melalui bantuan aplikasi software IBM SPSS 25, peneliti mendapatkan hasil 0,956 untuk variabel X dan hasil sebesar 0,950 untuk variabel Y. Dengan demikian, instrumen penelitian tersebut terbukti reliabel karena memiliki hasil nilai diatas 0,6.

Untuk teknis analisis data peneliti

menggunakan teknik analisis deskriptif, pengujian normalitas, pengujian regresi sederhana, pengujian koefisien korelasi dan koefisien determinasi, hingga pengujian hipotesis T.

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dengan kuesioner yang disebar secara daring melalui Google Form kepada 385 responden untuk mengetahui Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @internship\_ddbtkom terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa di kota Bandung, dengan hasil yang diperoleh sebagaimana tabel 1 berikut ini:

### Uji Normalitas

**Tabel 1.** Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			385
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.79972949
Most Extreme Differences	Absolute		.405
	Positive		.303
	Negative		-.405
Test Statistic			.405
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>			.000
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.		.000
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.000
		Upper Bound	.085

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 624387341.

sumber: Spss olahan Peneliti, 2023

Uji normalitas merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dalam penelitian yang bertujuan untuk menilai apakah data berdistribusi normal atau tidak (Hidayat, 2013)

Berdasarkan dari hasil tabel 1 uji normalitas diatas, didapatkan hasil significance pada uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov-smirnov (K-S) dengan pengujian akurat (exact test) menggunakan pendekatan monte carlo. Hasil pengujian penggunaan media terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mendapatkan hasil sig. sebesar 0,085. Dikarenakan sig sudah melebihi angka 0,05 menandakan bahwa data pada uji normalitas one-sample Kolmogorov-smirnov dengan pendekatan monte carlo pada penelitian ini berdistribusi normal.

### Hasil Uji Heterokedstisitas

**Tabel 2.** Hasil Uji Heterokedastisitas

Correlations				
		Konten Media Instagram	Pemenuhan Kebutuhan Informasi	
Konten Media Instagram	Pearson Correlation	1	.925**	
	Sig. (2-tailed)		.000	
	N	385	385	
Pemenuhan Kebutuhan Informasi	Pearson Correlation	.925**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000		
	N	385	385	

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

sumber: spss olahan peneliti, 2023

Pada tabel 2 hasil uji koefisien korelasi diatas, didapatkan hasil koefisien korelasi yang ditunjukkan oleh nilai R sebesar 0,925, hasil korelasi sebesar 0,925 berada pada interval 0,80 – 1,000 pada tingkat hubungan yang sangat kuat, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara konten media sosial dengan pemenuhan kebutuhan informasi magang DDB Telkom pada akun Instagram @internship\_ddbtelkom.

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 3.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.925 <sup>a</sup>	.856	.855	1.802	1.923

a. Predictors: (Constant), Konten Media Instagram

b. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

sumber: spss olahan peneliti, 2023

Uji koefisien determinasi pada penelitian ini dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh dari Konten Media Sosial @internship\_ddbtelkom terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa di Kota Bandung. Dapat dilihat pada tabel 3 dan perhitungan yang peneliti lakukan, menjelaskan bahwa konten media sosial Instagram @internship\_ddbtelkom memberikan nilai kontribusi sebesar 85,6% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa di kota Bandung. Sedangkan sisanya sebesar 14,4% ( $100\% - 85,6\% = 14,4\%$ ) merupakan kontribusi pengaruh dari variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

**Tabel 4.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.946	.885		1.069	.286
	Konten Media Instagram	1.014	.021	.925	47.652	.000

a. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

sumber: spss olahan peneliti, 2023

Dari tabel 4 diperoleh hasil nilai konstanta  $a$  mengartikan bahwa ketika konten media sosial (X) bernilai nol (0) atau kebutuhan informasi (Y) tidak dipengaruhi oleh konten media sosial, maka rata-rata kebutuhan informasi akan tetap memiliki nilai sebesar 0,946 sedangkan koefisien regresi  $b$  memiliki arti bahwa jika variable konten media sosial (X) meningkat sebesar satu-satuan, maka kebutuhan informasi akan meningkat sebesar 1,014. Selain itu, melalui pemaparan yang dijelaskan peneliti diatas, terlihat bahwa koefisien regresi tersebut bernilai positif terhadap kebutuhan informasi, yang artinya semakin kuat konten media sosial Instagram @internship\_ddbtkom maka semakin meningkat kebutuhan informasi mahasiswa di Kota Bandung.

### Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan tabel 4, menunjukkan hasil hitungan mengenai pengaruh Konten media sosial Instagram @internship\_ddbtkom terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa di Kota Bandung, diperoleh hasil Thitung sebesar 47.652 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan  $\alpha = 5\%$  dan  $df = 385 - 2 = 383$ , maka diperoleh juga nilai Ttabel sebesar 16.488. Dikarenakan hasil Thitung lebih besar dibandingkan Ttabel ( $47.652 > 16.488$ ) mengartikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$

diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa konten media sosial Instagram @internship\_ddbtkom berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa di Kota Bandung.

### Pembahasan

Sesuai dengan hasil penelitian, diketahui hasil penelitian yaitu terdapat adanya pengaruh konten media sosial @internship\_ddbtkom terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa di kota bandung. Dari hasil uji koefisien korelasi yang digunakan dalam mencari pengaruh antara hubungan variabel X (konten media) dengan variabel Y (kebutuhan informasi) didapati hasil nilai korelasi sebesar 0,925 melalui bantuan aplikasi SPSS 25. Angka korelasi tersebut berada pada interval 0,80-1,000 yang menandakan bahwa angka tersebut berada di tingkat hubungan sangat tinggi. Sehingga berdasarkan penjelasan yang telah di paparkan tersebut, konten media sosial instagram @internship\_ddbtkom dengan pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa di kota bandung memiliki hubungan yang sangat tinggi.

Hasil pembahasan tersebut selaras dengan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan judul “pengaruh konten media sosial instagram @laakfb

terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa akhir fkb” oleh natasha dan novha (2022). Penelitian sebelumnya yang disebutkan tadi memiliki hasil uji koefisien korelasi dengan hubungan yang kuat sehingga hasil penelitian peneliti dengan penelitian sebelumnya tersebut memiliki sebuah kesamaan dengan penelitian ini.

Selain itu, dari hasil uji koefisien determinasi yang diperoleh untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel X dan variabel Y. Mendapatkan hasil nilai koefisien determinasi sebesar 0,856. Hal ini menjelaskan bahwa variabel Konten Media Sosial (X) mempengaruhi variabel Kebutuhan Informasi (Y) sebesar 85,6%. Sedangkan sisanya sebesar 14,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Melalui penelitian sebelumnya yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Informasi Followers” oleh (Rusdi, n.d.) diperoleh koefisien determinasi nya sebesar 0.655 yang berarti pengaruh penggunaan media sosial akun Instagram @jktinfo (X) terhadap kebutuhan informasi followers memiliki pengaruh yang signifikan.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan uji regresi linear sederhana untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang di dapatkan antara konten media sosial Instagram

@internship\_ddbtelkom terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa aktif di kota Bandung. Di dapatkan hasil pengolahan nilai konstanta a yang berarti bahwa ketika konten media sosial (X) bernilai nol (0) atau kebutuhan informasi (Y) tidak dipengaruhi oleh penggunaan media sosial, maka rata-rata kebutuhan informasi akan tetap memiliki nilai sebesar 0,946, selain itu koefisien regresi b yang memiliki arti jika variable konten media sosial (X) meningkat sebesar satu-satuan, maka kebutuhan informasi akan meningkat sebesar 1,014.

Dari hasil penjelasan yang sudah diuraikan diatas terlihat bahwa pada hasil uji koefisien regresi bernilai positif terhadap kebutuhan informasi, jika semakin kuat konten media sosial Instagram @internship\_ddbtelkom semakin meningkat juga pemenuhan kebutuhannya. Hasil penelitian ini sejalan namun menunjukkan pengaruh yang lebih besar dari pada penelitian sebelumnya yang berjudul Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @laakfkb terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Akhir FKB “((Natasya et al., n.d.) oleh yang pada penelitiannya mendapatkan nilai koefisien regresi sebesar 0,799 pada variabel konten media sosial (X). yang memiliki arti bahwa terdapat pengaruh variabel konten media sosial



(X) terhadap variabel Kebutuhan Informasi (Y).

Dari penelitian ini memiliki hasil bahwa terdapat pengaruh konten media sosial Instagram @intenship\_ddbtkom terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa di kota Bandung. Dengan diperolehnya hasil thitung  $47.652 > T_{tabel} 16.488$ , yang berarti memiliki hasil yang signifikan dengan perolehan data  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil data yang diperoleh dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Yang menandakan variabel Konten Media Sosial @internship\_ddbtkom berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kebutuhan Informasi Mahasiswa di Kota Bandung.

### Penutup

Berdasarkan hasil pengolahan data pada penelitian “Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @Internship\_ddbtkom Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa di Kota Bandung” menunjukkan hasil bahwa variabel konten media sosial Instagram (X) memberikan pengaruh terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y). Uji koefisien korelasi pada variabel mendapatkan nilai R sebesar 0,925 yang menunjukkan bahwa variabel konten media sosial Instagram memiliki hubungan yang sangat kuat dengan variabel pemenuhan kebutuhan informasi.

Berdasarkan uji koefisien determinasi diketahui bahwa variabel konten media sosial Instagram memberikan pengaruh sebesar 85,6% terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi. Uji regresi linier sederhana menghasilkan nilai koefisien regresi sebesar 0,946 yang menunjukkan bahwa variabel konten media sosial Instagram memberikan pengaruh yang positif terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi. pada penelitian ini menghasilkan Uji hipotesis mendapatkan nilai T hitung yang lebih besar dari T tabel ( $47.652 > 16.488$ ), yang berarti bahwa  $H_1$  diterima. Berdasarkan hasil uji penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa konten media sosial Instagram @internship\_ddbtkom memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa di Kota Bandung.

### Daftar Pustaka

- Budi Nugraha. (2022, July 22). *Kemajuan Internet di Indonesia Memunculkan Masyarakat Digital*. Jakarta.Suaramerdeka.Com. <https://jakarta.suaramerdeka.com/nasiona/1/pr-1343944768/kemajuan-internet-di-indonesia-munculkan-masyarakat-digital>
- Daniyah Khansa, S., Putri, K. Y. S., & Kunci, K. (2021). Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca. *Jurnal Interact*, 10(2). <http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/fiabikom/index>

- Fauziyyah, S. N., & Rina, N. (2020). Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. In *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 2020). <https://doi.org/https://doi.org/10.35326/medialog.v3i1.479>
- Hidayat, A. (2013). *Uji Normalitas dan Metode Perhitungan (Penjelasan Lengkap)*.
- Junaidi, ahmad, & Ricko. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube. *Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara*.
- Pranuju, R. (2018). *Pengantar Studi (ilmu) Komunikasi* (1st ed.). Prenadamedia Group.
- Priana, A., Sutjipto, V. W., & Romli, N. A. (2022). Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram @riliv dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers. *12(2)*, 85–97.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016a). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (Issue April). PANDIVA BUKU.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016b). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (Issue April). PANDIVA BUKU.
- Natasya, O. :, Sari, P., & Rina, N. (n.d.). *PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @LAAKFKB TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI MAHASISWA AKHIR FKB*. Retrieved November 16, 2022, from <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3011123>
- Rusdi, F. (n.d.). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. Retrieved November 16, 2022, from <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/3712>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sari, N. P., & Rina, N. (2022). Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @laakfkb terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Akhir FKB. *Journal Education ANd Development*.
- Solis, B. (2010). *Engage: The complete guide for brands and businesses to build, cultivate, and measure success in the new web*. John Wiley & Sons.
- Triyono, A., & Marhuda, N. K. (2020). Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah\_tauhid. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 50-67.