

## **Pengaruh Media Sosial Instagram @jaklingkoindonesia terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pengguna Jaklingko**

**Cut Afra Azzahra<sup>1</sup>, Indria Angga Dianita<sup>2\*</sup>**

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

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

### **ABSTRAK**

Media sosial instagram merupakan aplikasi yang digunakan untuk memberikan informasi dan melakukan komunikasi dua arah dengan sesama pengguna. Terdapat fitur-fitur yang dapat digunakan pada media sosial Instagram diantaranya adalah *hashtag*, *geotag*, *follow*, *share*, *like*, komentar dan *mention*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengukur berapa besar pengaruh penggunaan media sosial Instagram @Jaklingkoindonesia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna Jaklingko di DKI Jakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatori. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi dan analisis regresi linear sederhana. Hasil uji koefisien korelasi sebesar 0,884 sehingga dapat disimpulkan variabel media sosial Instagram dan variabel kebutuhan informasi memiliki hubungan yang sangat kuat. Selain itu ditemukan adanya besaran pengaruh variabel media sosial Instagram @jaklingkoindonesia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna Jaklingko adalah 78,2% sedangkan 21,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Analisis regresi linear sederhana memberikan hasil yaitu setiap kenaikan satu satuan pada variabel Instagram @jaklingkoindonesia akan memberikan pengaruh kenaikan sebesar 0.486 pada variabel kebutuhan informasi pengguna Jaklingko. Dibuktikan melalui penelitian ini bahwa variabel X yaitu media sosial Instagram @jaklingkoindonesia memperoleh hasil signifikan positif terhadap variabel Y yaitu kebutuhan informasi pengguna Jaklingko.

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

### **ABSTRACT**

*Instagram social media is an application that can be used to provide information and and carry out two way communication with fellow users. There are features that can be used on Instagram social media including hashtag, geotag, follow, share, like, comment and mention. The purpose of this study was to measure how much influence the use of social media Instagram @jaklingkoindonesia has on fulfilling the information needs of Jaklingko users in DKI Jakarta. The method used in this research is explanatory quantitative. The data analysis technique used in this study is the correlation coefficient test, the coefficient of determination test an simple linear regression analysis. The result of the correlation coefficient test were 0,844 so that it can be concluded that the Instagram social media variable and the information needs variable have a very strong relationship. In addition, it was found that the influence of social media variables Instagram @jaklingkoindonesia on fulfilling the information needs of Jaklingko users was 78,2%, whil 21,8% was influenced by other variables not discussed in this study. Simple linear regression analysis gives the result that every one-unit increase in the Instagram @jaklingkoindonesia variavle will have an effect of an increase of 0,486 on the information needs variable of Jaklingko users. It was proven through this research that variable X, namely social media Instagram @jaklingkoindonesia, obtained significant positive result on variable Y, namely the information needs of Jaklingko users.*

**Keywords: Social Media Use, Instagram, Information Needs**

## Pendahuluan

Kemacetan menjadi salah satu permasalahan utama di Ibu Kota Indonesia yaitu DKI Jakarta. Menurut (Sitanggang & Saribanon, 2018) di negara maju, masyarakat pada umumnya menggunakan angkutan umum sebagai pengganti kendaraan pribadi. Pemerintah Provinsi DKI Jakarta hadir memberikan solusi berupa layanan transportasi umum yang disebut dengan Jaklingko Indonesia. Jaklingko Indonesia merupakan layanan yang mudah digunakan oleh masyarakat dengan pembayaran yang terintegrasi dan menjamin keamanan serta kenyamanan fasilitas umum yang digunakan oleh masyarakat.

Hadirnya Jaklingko membutuhkan usaha lebih untuk memberikan sosialisasi kepada masyarakat terkait layanan yang baru ini. Selain sosialisasi dengan penyampaian secara langsung dibutuhkan juga penyampaian informasi dan promosi melalui media digital. Mengingat perkembangan media digital sudah begitu maju, Jaklingko memanfaatkan media sosial Instagram untuk melakukan promosi dan penyebaran informasi. Menurut Atmoko (2012) dalam bukunya yang berjudul *Instagram Handbook*, Instagram merupakan media sosial yang berguna untuk mengunggah foto, video dan gambar dengan menggunakan keterangan teks atau biasa disebut dengan *caption*.

Akun Instagram resmi @jaklingkoIndonesia memiliki lebih dari 30 ribu *followers* dengan jumlah foto sebanyak 412 postigan per-tanggal 31 Oktober 2022. Akun instagram @Jaklingkoindonesia juga memiliki intensitas interaksi yang cukup tinggi antara admin pemegang akun Instagram dan pengguna aktif Jakligko khususnya masyarakat DKI Jakarta, karena selain penyebaran informasi melalui postingan *feeds* Instagram, akun ini juga melakukan interaksi melalui instagram *story* berupa *question box*. Dengan adanya layanan tersebut memberikan kemudahan kepada para pengguna untuk memperoleh informasi dengan melakukan tanya jawab secara langsung terkait fasilitas yang ada

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Saraswati, Putri dan Shabrina (2022) dengan judul penelitian “Efektivitas Akun Instagram @InfoSerang dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*” dan penelitian oleh Sutrisno dan Mayangsari (2022) dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*” memiliki kesamaan yaitu peran media social Instagram memiliki pengaruh yang besar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi pengguna Instagram yang mengikuti akun tersebut. Perbedaan penelitian ini dengan kedua penelitian terdahulu terletak pada teori dimana penelitian ini

menggunakan teori Atmoko (2012) dalam bukunya *Instagram Handbook* yaitu *Hashtag, follow, share, like mention*, komentar dan lokasi.

Dengan demikian gap permasalahan dalam penelitian ini adalah objek penelitian yang berbeda yaitu media social Instagram @jaklingkoindonesia dimana layanan Jaklingko merupakan sistem moda transportasi umum terintegrasi pertama di Indonesia yang diluncurkan sekitar 4 tahun yang lalu. Maka peneliti memandang perlu adanya penelitian mengenai media social Instagram @jaklingkoindonesia dengan menggunakan 7 indikator dari sebuah media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna Jaklingko, tidak hanya itu banyaknya masalah mengenai pelayanan Jaklingko juga menjadi salah satu pertimbangan bagi peneliti.

Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah informasi layanan yang diberikan oleh akun Instagram @jaklingkoindonesia ini sudah tersampaikan dengan baik dari segi informasi, promosi dan sosialisasi kepada masyarakat pengguna Jaklingko.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif ini digunakan untuk mengukur pengaruh yang peneliti gunakan dalam menentukan validasi data berdasarkan bentuk angka untuk

mencari tau sudah tercapai atau tidak indikator melalui sebuah hipotesis. Metode kuantitatif adalah sebuah metode penelitian yang memanfaatkan sebuah instrument untuk meneliti sebuah penelitian pada suatu populasi atau sampel (Sugiyono, 2013:8). Dalam penelitian ini terdapat variabel X yaitu media sosial Instagram @jaklingkoindonesia terhadap variabel Y yaitu kebutuhan informasi pengguna Jaklingko. Peneliti juga mencari seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y dimana hal tersebut dapat diketahui melalui data yang akan dikumpulkan melalui hasil populasi dan sampel yang akan ditetapkan dalam bentuk angka atau statistik.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat DKI Jakarta yang mengetahui fasilitas Jaklingko dan akun Instagram @jaklingkoindonesia dimana jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Melihat populasi yang digunakan peneliti mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner dengan jumlah 385 responden.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan jenis eksplanatori kuantitatif. Penelitian eksplanatori merupakan penelitian yang dilakukan untuk mendeskripsikan keterkaitan sebab akibat yang terjadi antara variabel penelitian (Silalahi, 2015). Sehingga dengan menggunakan penelitian eksplanatori ini peneliti dapat menjelaskan sebab terjadinya

sesuatu peristiwa serta akibat dari satu peristiwa.

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini menggunakan data primer dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Kuesioner disebar secara daring melalui Google Form kepada 385 responden untuk mengetahui Pengaruh Media Sosial Instagram @jaklingkoindonesia terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pengguna Jaklingko sehingga diperoleh sebuah data dengan pembahasan 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          |             | 2.52442702              |
| Most Extreme Differences                 | Absolute                |             | .214                    |
|  | Positive                |             | .179                    |
|  | Negative                |             | -.214                   |
| Test Statistic                           |                         |             | .214                    |
| 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 | .086                    |

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 2000000.

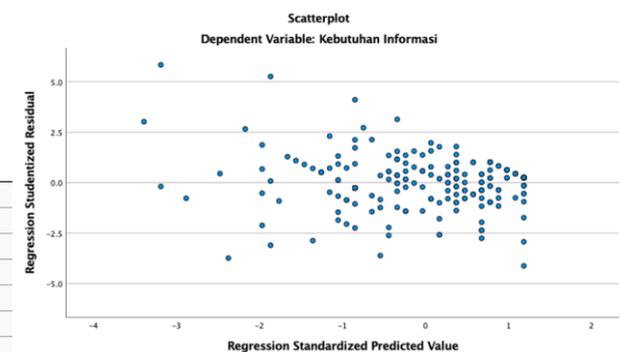
Sumber: Hasil Olahan Data SPSS, 2023

Uji normalitas adalah tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk menilai data yang ada dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak (Hidayat, 2013). Uji ini berfungsi untuk

mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak, dikarenakan untuk melakukan uji regresi data harus berdistribusi normal. Data dianggap berdistribusi normal apabila memiliki nilai sig. diatas 0,05. Hasil pengujian penggunaan media terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mendapatkan hasil sig. sebesar 0,086. Dikarenakan sig sudah melebihi angka 0,05 menandakan bahwa data pada uji normalitas *one-sample Kolmogorov-smirnov* dengan pendekatan monte carlo dalam penelitian ini berdistribusi normal.

### Hasil Uji Heterokedstisitas

**Tabel 2. Hasil Uji Heterokedastisitas**



Sumber: Hasil Olahan Data SPSS, 2023

Hasil pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan IBM SPSS Statistic 27 pada tabel 2 diketahui bahwa pola-pola yang dihasilkan terlihat menyebar dan membentuk pola yang tidak jelas sehingga tidak membentuk bentuk tertentu yang menandakan bahwa model regresi tidak memiliki hambatan

heterokedasitas. Dengan begitu data model regresi layak untuk di lakukan pengujian.

**Hasil Uji Koefisien Relasi**

**Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Relasi**

|                        |                     | Media Sosial Instagram | Kebutuhan Informasi |
|------------------------|---------------------|------------------------|---------------------|
| Media Sosial Instagram | Pearson Correlation | 1                      | .884**              |
|                        | Sig. (2-tailed)     |                        | .000                |
|                        | N                   | 385                    | 385                 |
| Kebutuhan Informasi    | Pearson Correlation | .884**                 | 1                   |
|                        | Sig. (2-tailed)     | .000                   |                     |
|                        | N                   | 385                    | 385                 |

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

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS, 2023

Dalam tabel 3, dapat dilihat hasil koefisien korelasi yang ditunjukkan oleh nilai R sebesar 0,884, hasil korelasi sebesar 0,884 berada pada interval 0,80 – 1,000 pada tingkat hubungan yang sangat kuat, sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara media sosial instagram @jaklingkoindonesia dengan pemenuhan kebutuhan informasi pengguna jaklingko.

**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |               |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                          | .884 <sup>a</sup> | .782     | .781              | 2.528                      | 1.924         |

a. Predictors: (Constant), Media Sosial Instagram

b. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS, 2023

Melalui hasil pengolahan data yang sudah dilakukan oleh peneliti, pada tabel 4, hasil menunjukkan bahwa media sosial Instagram @jaklingkoindonesia memiliki pengaruh sebesar 78,2% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna jaklingko. Sedangkan sisanya sebesar 21,8% (100% - 78,2% = 21,8%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Hasil Uji Regresi Linier Sederhana**

**Tabel 5. Uji Regresi Linier Sederhana**

| Coefficients <sup>a</sup> |                        |                             |            |                           |        |      |
|---------------------------|------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model                     |                        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|                           |                        | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1                         | (Constant)             | 5.762                       | 1.167      |                           | 4.937  | .000 |
|                           | Media Sosial Instagram | .486                        | .013       | .884                      | 37.024 | .000 |

a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS, 2023

Melalui hasil olahan data peneliti sesuai dengan tabel 5, diperoleh hasil nilai konstanta a yang dapat disimpulkan bahwa ketika media sosial instagram (X) bernilai nol atau (0) atau kebutuhan informasi (Y) tidak dipengaruhi oleh media sosial instagram, maka rata-rata kebutuhan informasi akan tetap memiliki nilai sebesar 5,762 sedangkan koefisien regresi b mengartikan bahwa apabila variable media sosial instagram (X) meningkat sebesar satu-satuan, maka kebutuhan informasi akan meningkat sebesar 0,486. Melalui pemaparan diatas, terlihat

bahwa koefisien regresi tersebut bernilai positif terhadap kebutuhan informasi. Artinya apabila informasi yang disediakan Instagram @jaklingkoindonesia semakin meningkat, maka akan semakin memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan terkait Jaklingko Indonesia.

## Hasil Uji Hipotesis

**Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis**

| Model | Coefficients <sup>a</sup>   |            | Standardized Coefficients | t    | Sig.   |      |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|--------|------|
|       | Unstandardized Coefficients | Std. Error |                           |      |        |      |
| 1     | (Constant)                  | 5.762      | 1.167                     |      | 4.937  | .000 |
|       | Media Sosial Instagram      | .486       | .013                      | .884 | 37.024 | .000 |

a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi

Berdasarkan tabel 6, yang menampilkan keterangan hasil Thitung sebesar 37.024 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan  $\alpha = 5\%$  dan  $df = 385 - 2 = 383$ , maka diperoleh juga nilai Ttabel sebesar 1.9667 karena hasil Thitung lebih besar dibandingkan Ttabel ( $37.024 > 1.9667$ ) mengartikan bahwa **H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima**. Maka dapat disimpulkan bahwa media sosial Instagram @jaklingkoindonesia berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna jaklingko.

## Pembahasan

Hasil dari penelitian pada studi ini menjelaskan bahwa variable X yaitu media sosial instagram @jaklingkoindonesia memberikan pengaruh terhadap variable Y yaitu pemenuhan kebutuhan informasi

pengguna Jaklingko. Penelitian ini memiliki responden dengan jumlah sampel sebanyak 385 responden dengan *screening question* responden yaitu responden yang berdomisili di DKI Jakarta, responden yang mengetahui instagram @jaklingkoindonesia, mencari informasi di instagram @jaklingkoindonesia.

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi pada penelitian ini menghasilkan nilai *pearson correlation* sebesar 0,884. Maka dapat dikatakan tingkat hubungan yang dimiliki antara variabel media sosial instagram @jaklingkoindonesia (X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna Jaklingko (Y) termasuk kedalam derajat hubungan kategori “Sangat Kuat” (0,80-100). Sehingga dapat diartikan terdapat hubungan yang sangat kuat antara media sosial instagram @jaklingkoindonesia terhadap pemenuhan kebetuhan informasi pengguna jaklingko. Melalui hasil penelitian sebelumnya yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @jktinfo terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*” oleh (Rusdi, 2019) hasil uji koefisien korelasi pada penelitian tersebut membuktikan bahwa terdapat adanya korelasi yang sangat kuat antara penggunaan media sosial instagram dengan kebutuhan informasi sehingga penelitian sebelumnya memiliki kesamaan dengan penelitian ini.

Selain itu, berdasarkan uji koefisien determinasi pada penelitian ini didapati hasil

nilai R square ( $R^2$ ) sebesar 0,782 atau 78,2% yang menandakan terdapatnya pengaruh antara variabel media sosial instagram @jaklingkoindonesia (X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna jaklingko (Y). Melalui pengujian koefisien determinasi dapat dilihat bahwa media sosial instagram @jaklingkoindonesia memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna Jaklingko sebesar 78,2%. Sedangkan sebesar 21,8% yang tersisa dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yaitu “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers” oleh Sutrisno & Mayangsari (2021) menunjukkan hasil koefisien determinasi sebesar 69,72% terhadap pengaruh penggunaan media sosial instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi followers dan sebesar 29,28% yang tersisa merupakan nilai kontribusi yang tidak diamati dalam penelitian tersebut. Penelitian ini menunjukkan pengaruh yang lebih besar dari pada penelitian sebelumnya.

Berdasarkan hasil regresi sederhana menunjukkan setiap peningkatan sebesar satu satuan pada variabel media sosial Instagram @jaklingkoindonesia akan memberikan pengaruh peningkatan sebesar 0,486 satuan pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi pengguna Jaklingko.

Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X media sosial Instagram @jaklingkoindonesia memiliki pengaruh positif terhadap variabel Y kebutuhan informasi pengguna Jaklingko.

Berdasarkan hasil uji hipotesis ujiT dapat dilihat hasil signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut kurang dari 0,05 dimana dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial instagram berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Lalu diperoleh hasil Thitung sebesar 37.024 dan hasil Ttabel sebesar 1.9667, sehingga dapat diketahui Thitung lebih besar dari Ttabel yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, maka variabel media sosial instagram berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna jaklingko.

Melalui hasil penelitian sebelumnya yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers” oleh Sutrisno & Mayangsari (2021) Menunjukkan hasil analisis uji hipotesis uji T dengan Thitung sebesar 15.002 dengan probabilitas 0,000 dan hal tersebut menyatakan bahwa  $H_1$  pada penelitian tersebut diterima karena Thitung lebih besar dari Ttabel ( $15.002 > 1.984$ ). maka dari itu variabel penggunaan media sosial instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* dan dapat

dikatakan bahwa hasil penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya.

Dari hasil penjelasan diatas dapat dilihat bahwa pada hasil uji koefisien regresi bernilai positif terhadap kebutuhan informasi, jika semakin kuat media sosial Instagram @jaklingkoindonesia semakin meningkat juga pemenuhan kebutuhan informasi pengguna Jaklingko. Penelitian ini memiliki hasil bahwa terdapat pengaruh media sosial Instagram @jaklingkoindonesia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna Jaklingko.

### Penutup

Berdasarkan data penelitian yang dianalisis dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Instagram @jaklingkoindonesia terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pengguna Jaklingko” dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial instagram @jaklingkoindonesia memiliki hubungan yang sangat kuat, pengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Hasil regresi sederhana menunjukkan bahwa setiap peningkatan sebesar satu satuan pada variable media sosial Instagram @jaklingkoindonesia akan memberikan pengaruh peningkatan sebesar 0,486 satuan pada variable pemenuhan kebutuhan informasi pengguna Jaklingko. Selain itu, melalui hasil uji koefisien determinasi menyatakan hasil bahwa pengaruh media sosial instagram

@jaklingkoindonesia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna jaklingko sebesar 78,2% dan sebesar 21,8% yang tersisa merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Daftar Pustaka

- Atmoko (2012) *Instagram Handbook* Mediakita.
- Digital 2022: *Another Year Of Bumper Growth*. (2022, Januari 26). Dipetik Oktober 2022, dari We Are Social: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>
- Helen, H., & Rusdi, F. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jkinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. 2(2), 355. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3712>
- Indeks TomTom: Kemacetan Jakarta Terus Berkurang dalam 5 Tahun Terakhir 2022, 2 Maret). Dipetik Oktober 2022, dari Katadata.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/02/indeks-tomtomb-kemacetan-jakarta-terus-berkurang-dalam-5-tahun-terakhir>
- Jumlah Kendaraan Bermotor di DKI Jakarta Terus Meningkat dalam 5 Tahun Terakhir (2023, 20 Maret). Dipetik Oktober 2022, dari Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/20/jumlah-kendaraan-bermotor-di-dki-jakarta-terus-meningkat-dalam-5-tahun-terakhir>
- Kusnandar, V. B. (2022, September 30). *Era Bonus Demografi, 69% Penduduk Indonesia Masuk Kategori Usia Produktif pada Juni 2022*. Databooks.Katada.Co.Id.

- Nadya, H., Saraswati, H. N., Putri, I. P., & Shabrina, A. (2022). Efektivitas Akun Instagram @Infoserang dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(7).
- Rusdi, F. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. <https://www.instagram.com/jktinfo/>
- Sitanggang, R., & Saribanon, E. (n.d.). Faktor-faktor penyebab kemacetan di dki jakarta. 289–296.
- Silalahi Ulber. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif.
- Siregar. (2022). Efektivitas Akun Instagram @Infoseran dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7, 2003–2005.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>
- Sugiyono, P. D. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (19th ed.). ALFABETA.
- Supriyadi, D., Manggabari, A. S., & Nastiti, H. (2020). Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Umum Jak Lingko di Jakarta Selatan. *I(1)*, 1089–1102.
- Wibawa, G. A., Mayangsari, I. D., & Sos, S. (2022). Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @turnbackhoaxid dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pengikut.