

**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM PARENTALK.ID
TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI
PARENTING PADA FOLLOWERS**

SKRIPSI

Disusun Untuk memenuhi sebagian Persyaratan mencapai Derajat Sarjana Strata 1

(S1) Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Hubungan Masyarakat (Humas)



Oleh :

WIDYAWATI HASRI SEPTIANINGSIH

07031181924028

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

PENGARUH KONTEN INSTAGRAM PARENTALK.ID
TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI PARENTING PADA
FOLLOWERS

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
(S1) Ilmu Komunikasi

Oleh :

WIDYAWATI HASRI SEPTIANINGSIH
07031181924028

Pembimbing I

Dr. Andries Lionardo, M.Si
NIP. 197905012002121005

Tanda Tangan



Tanggal

17 Juli 2023

Pembimbing II

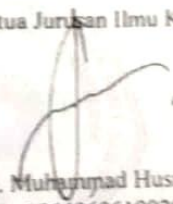
Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc
NIP. 199209132019032015



21 Juli 2023

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF
PENGARUH KONTEN INSTAGRAM PARENTALK.ID
TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI PARENTING PADA
FOLLOWERS

SKRIPSI

Oleh :

WIDYAWATI HASRI SEPTIANINGSIH
07031181924028

Telah dipertahankan di depan Komisi Penguji
Pada Tanggal 28 Juli 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat


KOMISI PENGUJI

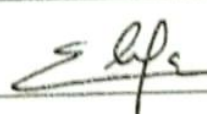
Dr. Andries Lionardo, M.Si
NIP. 197905012002121005

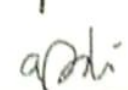
Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc
NIP. 199209132019032015

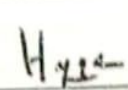
Safitri Elfandari, S.IKom., M.IKom
NIP. 198806162022032005

Harry Yogsunandar, S.IP., M.IKom
NIP. 1671073105790009









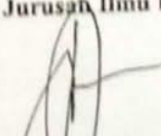
Mengetahui

Dekan FISIP UNSRI




Prof. Dr. Alfritri, M.Si
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Widyawati Hasri Septianingsih
NIM : 07031181924028
Tempat dan Tanggal Lahir : Bima, 21 September 2001
Program Studi / Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Konten instagram parentalk.id terhadap kebutuhan informasi parenting pada *followers*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan bukti ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik, berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 23 Agustus 2023
Yang membuat pernyataan




Widyawati Hasri Septianingsih
NIM. 07031181924028

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu”

(Umar bin Khattab)

Don't be insecure, hanya ada satu orang seperti kamu di dunia. Buatlah diri kamu menjadi versi terbaik untuk dirimu sendiri dan orang tersayang di sekelilingmu!

(Penulis)

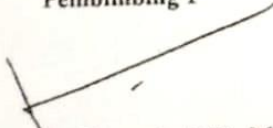
**Kupersembahkan karya sederhana ini
Sebagai rasa hormat dan baktiku
Kepada ayah dan mama yang tersayang
Serta Saudara - saudari ku yang selalu aku banggakan**

ABSTRAK


Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh konten Instagram Parentalk.id terhadap kebutuhan Informasi parenting pada *Followers*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner penelitian kepada responden melalui Instagram parentalk.id, Populasi dalam penelitian ini ialah pengikut instagram @Parentalk.id. Adapun metode pengumpulan sampel pada penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling* dengan pendekatan *Purposive Sampling* sehingga diperoleh sebanyak 111 Responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear sederhana yang diolah dengan menggunakan *Software SPSS 28.0*. Hasil penelitian ini diperoleh nilai t hitung sebesar $8.637 > 1.98197$ dan R Square 0.408 Dapat disimpulkan bahwa konten instagram sebagai variabel X memiliki pengaruh positif dan signifikan sebesar 40.8% terhadap Kebutuhan Informasi sebagai variabel Y sedangkan sebesar 59.2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam Penelitian ini.

Kata Kunci : Konten Instagram, Kebutuhan Informasi, Instagram Parentalk.id

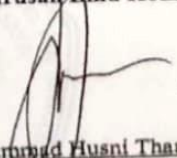
Pembimbing 1


Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

Pembimbing 2


Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc
NIP. 199209132019032015

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

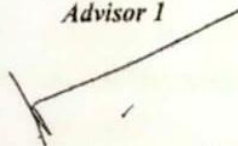

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

ABSTRACT

This study aims to determine whether there is an influence of Instagram content Parentalk.id on the need for information parenting on followers. This research is a quantitative research by distributing research questionnaires to respondents through Instagram parentalk.id, the population in this study is Instagram followers @Parentalk.id. The sample collection method in this study is Nonprobability Sampling with Purposive Sampling approach so that as many as 111 respondents were obtained. Data analysis techniques use descriptive analysis and simple linear regression analysis processed using SPSS 28.0 Software. The results of this study obtained a calculated t value of $8.637 > 1.98197$ and R Square 0.408 It can be concluded that Instagram content as variable X has a positive and significant influence of 40.8% on Information needs as variable Y while 59.2% is influenced by other factors that are not studied.

Keywords: *Instagram content, Information Needs, Instagram Parentalk.id*

Advisor 1



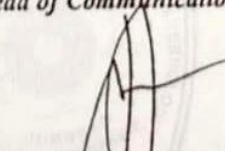
Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

Advisor 2



Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc
NIP. 199209132019032015

Head of Communication Science Program



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Saya panjatkan kepada Allah SWT, Berkat Rahmat dan Karunia-nya sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik dan lancar. Dalam proses penyusunan Skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai Pihak yang turut serta membantu saya baik secara dukungan, bimbingan, maupun dalam bentuk bantuan-bantuan lainnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan mengucapkan syukur yang sebesar-besarnya, saya ucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE Selaku Rektor Universitas Sriwijaya
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri., M.Si Selaku Dekan FISIP UNSRI
3. Bapak Dr. H. Azhar, SH.,M.Sc., LL.M Selaku Wakil Dekan 1 Bidang Kependidikan, Ibu Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd Selaku Wakil Dekan 2 Bidang Keuangan dan Kepegawaian, Bapak Dr. Andries Lionardo, M.Si Selaku Wakil Dekan 3 Bidang Kemahasiswaan.
4. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, S.IP., M.Si Selaku Kepala Jurusan Ilmu Komunikasi, Bapak Oemar Madri Bafadal, S.I.Kom., M.Si Selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi beserta Jajaran
5. Ibu Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si Selaku Dosen Pembimbing Akademik
6. Bapak Dr. Andries Lionardo, M.Si Selaku Dosen Pembimbing 1, Ibu Kartika Suci Lestari Parhusip S.Sos., MA Selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak Meluangkan waktu untuk Memberi Saran dan Masukan selama proses peneliti menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Safitri Elfandari, S.I.Kom., M.I.Kom Selaku Dosen Penguji 1 dan Ibu Annisa Rahmawati, S. I.Kom., M.I.Kom Selaku Dosen Penguji 2 Seminar Proposal
8. Bapak Dr. Andries Lionardo, M.Si Selaku Dosen Pembimbing 1, Ibu Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc Selaku Dosen Pembimbing 2 Sidang Komprehensif yang telah banyak memberikan saran serta masukan untuk peneliti
9. Ibu Safitri Elfandari, S.I.Kom., M.I.Kom Selaku Dosen Penguji 1 dan

Bapak Harry Yogsunandar, S.I.Kom., M.I.Kom Selaku Dosen Penguji 2
Sidang Komprehensif

10. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Unsri yang telah memberikan Waktu serta Ilmunya selama Masa Perkuliahan
11. Mbak Elvira Humairah Selaku Admin Jurusan yang telah banyak memberikan bantuan dalam urusan Administrasian selama masa perkuliahan beserta seluruh staff dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi
12. Ayah saya Muhamad Hambali, Mama saya Sri Raodah yang telah memberikan banyak dukungan baik secara moral maupun material hingga detik ini terimakasih atas doa yang dilantirkan selama proses menyelesaikan pendidikan ini.
13. Kepada kakak saya Maisyarah Hasri Darmariyanti dan kedua adik saya Sabrina Hasri Ramadhani dan Muhammad Jainul Majdi Terimakasih telah menjadi penyemangat dalam proses penulisan skripsi ini.
14. Kepada Alm Kakek saya Saleh Lewi dan Almh Nenek saya Siti Aminah yang semasa hidupnya telah memberikan banyak nasihat semangat dan banyak dukungan agar bisa terus mengejar pendidikan setinggi-tingginya.
15. Kepada Farhan Dani Hidayana terimakasih telah menjadi manusia baik yang memberikan banyak waktu serta tenaga nya untuk turut menemani selama proses saya menyelesaikan skripsi ini.
16. Kepada kucing-kucingku yang lucu leon dan keyko terimakasih telah hadir menemani mami sebagai pawrents kalian sehat-sehat ya temenin mami lebih lama lagi.
17. Untuk akun Instagram Parentalk.id Terimakasih telah hadir memberikan banyak manfaat dalam menebarkan Pengetahuan Parenting untuk Masyarakat Indonesia dan menjadi Objek dalam penelitian saya.
18. Kepada seluruh Responden yang telah meluangkan waktu, tenaga nya untuk turut serta dalam pengisian kuesioner yang telah saya buat.
19. Kepada seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi A dan teman-teman Konsentrasi Hubungan Masyarakat Kampus Indralaya Angkatan 2019

Ketidaksempurnaan pastilah ada karena keterbatasan ilmu dan pengalaman yang saya miliki oleh karenanya apabila ditemukan kesalahan pada skripsi ini, saya mohon maaf yang sebesar-besarnya dan saya sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun. Akhir kata semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Palembang, 06 Juni 2023

Widyawati Hasri Septianingsih

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GRAFIK	xvi
DAFTAR BAGAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Interaksi Instagram Parentalk.id Sangat Aktif	7
1.1.2 Konten Instagram bisa di Pelajari oleh semua Gender	8
1.1.3 Instagram Parentalk.id Memiliki Pengikut Terbanyak	9
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.2 Konten Instagram	13
2.3 Kebutuhan Informasi	14
2.4 New Media	15
2.3.1 Instagram	16
2.5 Kerangka Teori	19
2.6 Kerangka Pemikiran dan Alur Pikir	20
2.6 Hipotesis Penelitian	21

2.7 Penelitian Terdahulu	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Desain Penelitian	24
3.2 Definisi Konsep	24
3.3 Definisi Operasional	25
3.4 Unit Analisis dan Observasi	27
3.5 Populasi dan Sampel	27
3.5.1 Populasi	27
3.5.2 Sampel	27
3.6 Jenis dan Sumber Data	28
3.6.1 Jenis Data	28
3.6.2 Sumber Data	28
3.7 Teknik Pengumpulan Data	29
3.7.1 Penyebaran Kuesioner	29
3.7.2 Observasi	30
3.7.3 Dokumentasi	30
3.8 Uji Prasyarat	30
3.8.1 Uji Validitas Instrumen	30
3.8.2 Uji Reliabilitas Instrumen	31
3.9 Uji Asumsi Klasik	32
3.9.1 Uji Normalitas	32
3.9.2 Uji Linearitas	32
3.10 Uji Regresi Linear Sederhana	32
3.11 Teknik Analisis Deskriptif Kuantitatif	33
BAB IV GAMBARAN UMUM	34
4.1 Sejarah Singkat Parentalk.id	34
4.2 Visi Parentalk.id	36
4.3 Founder dan Team Parentalk.id	36
4.4 Konten Instagram Parentalk.id	37
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	41
5.1 Gambaran Umum Responden	41
5.2 Uji Prasyarat	43

5.2.1 Hasil Uji Validitas Instrumen	43
5.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	43
5.3 Uji Asumsi Klasik	43
5.3.1 Hasil Uji Normalitas	43
5.3.2 Hasil Uji Linearitas	44
5.4 Uji Regresi Linear Sederhana	45
5.4.1 Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)	45
5.4.2 Hasil Uji Parsial (Uji T)	46
5.4.3 Hasil Analisis Varians Anova	46
5.4.4 Hasil Uji Korelasi	47
5.4.5 Hasil Uji Determinasi	48
5.4.6 Hasil Uji Hipotesis	49
5.5 Hasil dan Pembahasan Analisis Deskriptif Kuantitatif	49
5.5.1 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Context</i>	52
5.5.2 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Communication</i>	54
5.5.3 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Collaboration</i>	57
5.5.4 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Connection</i>	60
5.5.5 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Everyday Need Approach</i>	63
5.5.6 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Exhaust Need Approach</i>	65
5.5.7 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Current Need Approach</i>	68
5.5.8 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Catching Up Need Approach</i> ...	71
5.5.9 Hasil Rekapitulasi Dimensi Variabel X dan Variabel Y	74
5.6 Pembahasan	75
BAB VI PENUTUP	77
6.1 Kesimpulan	77
6.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Pengguna yang Mengakses Internet	2
Gambar 1.2	Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia	3
Gambar 1.4	Contoh Postingan pada Instagram Parentalk.id	8
Gambar 4.1	Logo Instagram Parentalk.id	34
Gambar 4.1	Profil Instagram Parentalk.id	35
Gambar 4.3	Founder Parentalk.id	36
Gambar 4.4	Team Parentalk.id	36
Gambar 4.5	Postingan snapgram Parentalk.id	37
Gambar 4.6	Postingan history Parentalk.id	38
Gambar 4.7	Postingan feed Parentalk.id	39
Gambar 4.8	Postingan reels Parentalk.id	40

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pengikut Instagram Parenting	10
Tabel 2.1	Penelitian terdahulu	21
Tabel 3.1	Operasional Variabel	28
Tabel 3.2	Instrumen skala Likert	33
Tabel 3.3	Interpretasi Tingkat Reliabilitas	34
Tabel 3.4	Tingkat Capaian Responden	34
Tabel 5.1	Uji Normalitas	45
Tabel 5.2	Uji Linearitas	45
Tabel 5.3	Uji Secara Simultan (Uji F)	46
Tabel 5.4	Analisis Anova	47
Tabel 5.5	Uji Korelasi	48
Tabel 5.6	Uji Determinasi	49
Tabel 5.7	Uji Hipotesis	49
Tabel 5.8	Rangkuman hasil dan Interpretasi analisis regresi linear sederhana	50
Tabel 5.9	Kriteria Penilaian berdasarkan Skor	53
Tabel 5.10	Distribusi Frekuensi Indikator Informasi-Informasi Parenting yang diberikan dapat menarik perhatian saya	54
Tabel 5.11	Distribusi Frekuensi Indikator Informasi-Informasi Parenting yang diberikan sangat Informatif bagi saya	55
Tabel 5.12	Distribusi Frekuensi Indikator <i>Context</i>	55
Tabel 5.13	Distribusi Frekuensi Isi Pesan yang disampaikan melalui postingan akun Parentalk.id mudah dipahami	56
Tabel 5.14	Distribusi Frekuensi Indikator saya dapat memberikan respon yang baik terhadap Informasi yang disampaikan	57
Tabel 5.15	Distribusi Frekuensi <i>Communication</i>	58
Tabel 5.16	Distribusi Frekuensi Indikator saya merasa nyaman Mengikuti kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh Parentalk.id	59
Tabel 5.17	Distribusi Frekuensi Indikator saya akan memberikan referensi yang baik tentang akun Parentalk.id terhadap pengguna Instagram Lainnya	60
Tabel 5.18	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Collaboration</i>	61
Tabel 5.19	Distribusi Frekuensi Indikator saya merasa Akun Instagram Parentalk.id dapat membangun hubungan yang baik dengan	61

	pengikutnya	
Tabel 5.20	Distribusi Frekuensi Indikator saya merasa adanya Kenyamanan berinteraksi dengan akun Parentalk.id	62
Tabel 5.21	Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Connection</i>	63
Tabel 5.22	Distribusi Frekuensi Indikator saya mendapatkan informasi-informasi parenting yang Jelas, Akurat dan Sesuai dengan Fakta	64
Tabel 5.23	Distribusi Frekuensi Indikator Saya mendapatkan Informasi- Informasi Parenting Secara Cepat, Spesifik dan Rutin	65
Tabel 5.24	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Everyday Need Approach</i>	65
Tabel 5.25	Distribusi Frekuensi Indikator Saya mendapatkan Informasi- informasi parenting yang berpengaruh bagi kehidupan sehari – hari	66
Tabel 5.26	Distribusi Frekuensi Indikator Saya Mendapatkan Informasi Parenting dari Akun Parentalk.id Setiap Hari	67
Tabel 5.27	Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Exhaust Need Approach</i>	68
Tabel 5.28	Distribusi Frekuensi Indikator Saya mendapatkan Informasi- informasi dari Akun Parentalk.id untuk menambah wawasan terhadap Parenting	69
Tabel 5.29	Deskriptif Frekuensi Indikator Saya Merasa Terpenuhi atas Informasi Parenting	70
Tabel 5.30	Deskriptif Frekuensi Dimensi <i>Current Need Approach</i>	71
Tabel 5.23	Deskriptif Frekuensi Indikator Saya Mendapatkan perkembangan Informasi Parenting dari konten yang diunggah oleh Parentalk.id dengan Bahasa yang mudah dipahami	72
Tabel 5.24	Deskriptif Frekuensi Indikator Saya Mendapatkan Perkembangan Informasi Parenting yang ter-Update	73
Tabel 5.25	Deskriptif Frekuensi Dimensi <i>Catching Up Need Approach</i> ..	74
Tabel 5.26	Rekapitulasi Dimensi Variabel X dan Variable Y	75

DAFTAR GRAFIK

Grafik 5.1	Jumlah Jenis Kelamin Responden	42
Grafik 5.2	Jumlah Usia Responden	43
Grafik 5.3	Jumlah Waktu Mengikuti Instagram Parentalk.id	43

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1	Kerangka Pemikiran	19
-----------	--------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan Teknologi dan Informasi yang semakin pesat turut memberikan Inovasi-inovasi baru di dalam kehidupan manusia salah satunya kemajuan pada bidang media, di mana media dahulunya hanya menyajikan konten-konten kepada masyarakat melalui satu arah, dalam arti para penikmat konten dari media yang ditayangkan, seperti pada media massa contohnya televisi, radio maupun media cetak yaitu koran, para penikmat konten pada media-media tersebut tidak dapat berinteraksi langsung atau memberikan respon dari isi konten yang ditayangkan. Keberadaan teknologi yang berkembang pesat, mampu menciptakan berbagai media baru yang dapat memberikan banyak manfaat bagi penggunanya secara luas sehingga memudahkan penggunanya memanfaatkan media tersebut untuk memenuhi kepentingan-kepentingannya, termasuk kepentingan bagi pelaku-pelaku bisnis (Agustina, M., & Ratnawati, 2019).

Kini masyarakat di perkenalkan pada munculnya media baru yaitu media sosial. Media sosial dikatakan sebagai sebuah media yang memberikan akses yang sangat luas kepada masyarakat untuk membangun hubungan yang lebih luas dengan manusia lainnya, memberikan wadah untuk dapat berinteraksi, bertukar pikiran, dengan adanya media sosial setiap pengguna dapat berkenalan dengan pengguna lainnya, bahkan orang yang telah lama tidak bertemu bisa kembali menjalin komunikasi melalui media sosial, Kehidupan manusia seakan-akan tidak ada lagi jarak atau batasannya bahkan semua informasi dapat dijangkau dengan mudah dalam waktu kapan pun dan di mana pun.

Media sosial sangat aktif digunakan oleh masyarakat seluruh dunia salah satunya Indonesia, sebagaimana berdasarkan data yang diperoleh melalui *Website Hootsuite*, yang merupakan sebuah situs yang menyediakan data dan tren dalam mengetahui Media sosial, Internet sampai dengan perilaku *e-commerce* secara berkala setiap tahunnya yang di mana data tersebut didapatkan dari hasil survei pada setiap awal dan akhir tahun sehingga pada 15 Februari 2022 *Situs Hootsuite* kembali memberikan informasi data dan tren tentang media sosial di tahun 2022.

Masyarakat Indonesia yang menjadi pengguna Media sosial dengan jumlah pengguna sebesar 191,4 Juta mengalami kenaikan 12,6% dari tahun 2021 dari jumlah penduduk di Indonesia sebanyak 277,7%. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kehadiran media sosial sangat diterima baik oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan hasil survei melalui *website Hootsuite* dikatakan bahwa masyarakat Indonesia sebanyak 80,1% memberikan pendapat bahwa mereka menggunakan Media sosial untuk menemukan informasi.

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna yang mengakses Internet

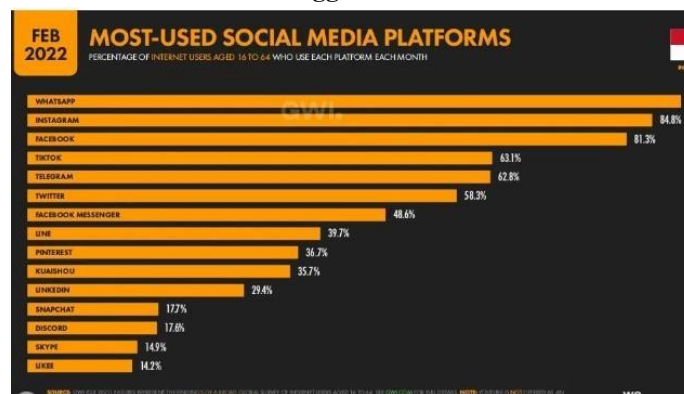


Sumber: We Are Social/Hootsuite, 2022

Media sosial terus memberikan inovasi ditengah-tengah naiknya angka para penggunanya, media sosial hadir dengan banyaknya aplikasi yang bisa digunakan dan dimanfaatkan oleh masyarakat secara luas seperti : Facebook, Instagram, WhatsApp, Youtube, Line, Telegram, Tiktok, LinkedIn maupun Media sosial lainnya. Berdasarkan hasil survei pada situs Hootsuite, Media sosial dengan ranting pengguna tertinggi di Indonesia pada urutan tiga besar adalah WhatsApp, Instagram dan Facebook. Tentu saja hal ini sangat menarik yang di mana salah satunya adalah Media sosial Instagram yang hingga tahun 2022 mendapatkan kepercayaan Pengguna sebesar 84,8% sehingga berhasil ada diposisi kedua sebagai media sosial yang paling banyak digunakan oleh sejumlah pengguna media sosial di Indonesia, Instagram berada pada urutan kedua dengan aplikasi media sosial yang banyak diakses oleh masyarakat setelah WhatsApp, para pengguna menggunakan Instagram dengan tujuan mencari informasi sesuai dengan minat dari konten yang ditayangkan oleh pengguna lainnya.

Instagram sangat berbeda dengan whatsapp dimana whatsapp hanya menyediakan fitur chat dan Membuat unggahan pada story nya namun hanya dapat dilihat 24 Jam Oleh pengguna lain sedangkan Instagram menyediakan Fitur lebih banyak seperti dapat memposting Video maupun Foto dilengkapi dengan Fitur *Caption* yang membantu menjelaskan maksud dan tujuan dari diunggahnya postingan tersebut oleh pengguna, Instagram menghadirkan Fitur *Direct messages* sehingga pengguna dapat mengirimkan pesan kepada pengguna lainnya, dapat memberikan suka atau komentar pada unggahan pengguna lain, Instagram juga menghadirkan fitur pencarian yang memudahkan penggunanya melihat profil akun dari pengguna lainnya.

Gambar 1 2 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia



Sumber: *We Are Social/Hootsuite*, 2022

Instagram merupakan sebuah aplikasi yang dimanfaatkan para penggunanya untuk dapat mengunggah peristiwa-peristiwa yang telah di dokumentasikan pada *Smartphone* dalam bentuk foto maupun video, Instagram dapat memberikan informasi secara cepat dalam hitungan detik sesuai dengan kapan hal tersebut diunggah, Instagram lebih dikenal dengan singkatan IG. Instagram sendiri merupakan aplikasi pada media sosial yang terus mengalami perubahan dengan melakukan berbagai inovasi-inovasi baru mengikuti Perkembangan zaman. Agar tetap memberikan kenyamanan kepada para pengguna. Salah satunya Para pengguna dapat mengunggah dan memberikan konten-konten sesuai dengan bidang yang mereka minati dengan tujuan memberikan informasi dari konten tersebut kepada publik dikarenakan Instagram dikenal dengan media sosial yang memiliki pengikut pada setiap akun dan dapat diikuti pula oleh akun pengguna Instagram lainnya.

Setiap pengguna dapat melakukan komunikasi melalui fitur *Direct Messages* (DM), dapat memposting konten-konten baik berupa foto maupun video dengan dilengkapi fitur suara sehingga video yang ditayangkan dapat dilengkapi dengan suara maupun musik tanpa batasan waktu berlaku kecuali jika pengguna ingin mengarsip atau menghapus postingan tersebut dan pada Instagram terdapat fitur story dengan begitu para pengguna dapat mengunggah konten dalam jangka waktu 24 jam saja.

Munculnya Media sosial khususnya Instagram banyak orang tua yang telah mengetahui istilah dari teknik *parenting* atau pola asuh anak. Menurut (Gitome, Bernard dan Michael, 2013: 4) "*Parenting style iniparticular have a relationship with the student character in and out of school*". Dijelaskan bahwa sangat memiliki nilai penting dari kedekatan orang tua dan anak sehingga untuk membentuk karakter anak yang baik dibutuhkan Pola atau Teknik pengasuhan anak yang baik dan benar.

Pola asuh merupakan interaksi dari Orang tua kepada Anak yang Mendidik, membimbing, mendisiplinkan serta melindungi anak untuk mencapai kedewasaan sesuai dengan norma-norma yang ada dalam masyarakat (Edwards, 2006). Berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh *North Carolina State University, Universitas Brigham Young dan University of California* (Kemensos, 2021), menemukan bahwa orang tua dapat membuat anak mereka lebih sukses di sekolah dan kehidupan dimana orang tua harus rutin terlibat dalam pekerjaan rumah anak-anaknya dan menghadiri kegiatan-kegiatan di sekolah. (Widianto, 2015).

Orang tua memegang peranan penting dalam memberikan pendidikan dan pengetahuan kepada Anak-anaknya karena hal ini juga berkaitan dengan Istilah orang tua adalah pendidikan pertama bagi anaknya, orangtua sebagai sebuah kontrol internal terhadap bagaimana anaknya tumbuh dan berkembang ditengah-tengah masyarakat. Memperkenalkan anak kepada lingkungan sekitar atau bahkan kepada lingkungan yang lebih luas lagi dilakukan oleh para orang tua sejak anak berusia dini.

Hal ini didukung berdasarkan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1979 tentang kesejahteraan Anak, Orang tua yang Pertama-tama bertanggung Jawab atas terwujudnya kesejahteraan anak baik secara rohani, jasmani maupun sosial, dan Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 tentang perlindungan anak,

adalah ayah dan/atau ibu kandung, atau ayah dan/atau ibu tiri, atau ayah dan/atau ibu angkat jadi orang tua dalam hal ini keluarga merupakan lingkungan kehidupan yang dikenal anak untuk pertama kalinya di dalam berinteraksi maupun berelasi dengan lingkungan sosialnya, Pembangunan karakter, Pembangunan fisik maupun Pembangunan intelektual seorang anak sangatlah penting, oleh karena itu keluarga dalam lingkup yang lebih kecil memiliki kontribusi yang besar dalam menciptakan suatu bangsa yang berakhlak mulia dan memiliki integritas yang tinggi melalui anak dalam tumbuh kembangnya.

Tentu saja menjadi orang tua memiliki tanggung jawab yang sangat besar terhadap bagaimana terbentuknya kepribadian dari seorang anak dimasa depannya. Terutama pada usia anak menginjak usia Balita (Bawah lima tahun), Orang tua balita dianggap memiliki tanggung jawab yang lebih besar terhadap bagaimana tumbuh dan berkembang anak dikarenakan dimasa ini anak telah menginjak usia di atas satu tahun. Menurut (Sediaotomo, 2010) Usia balita merupakan penentuan bagaimana Seorang anak mengalami Perkembangan dan pertumbuhan dalam lima tahun awal kehidupannya di dunia yang bisa menjadi penentu dalam berhasil atau tidaknya tumbuh kembang di usia selanjutnya disebabkan pada usia balita merupakan masa yang berlangsung cepat dan tidak akan pernah terulang kembali, karena itu sering disebut *Golden Age* atau Masa Keemasan.

Kementrian Kesehatan Republik Indonesia menjelaskan bahwa pertumbuhan dan perkembangan setiap anak berbeda-beda, bisa cepat maupun lambat tergantung dari beberapa faktor yaitu tercukupinya Asupan nutrisi, lingkungan sosial dan ekonomi keluarga. Hal ini dapat dinilai sebagaimana anak satu dan yang lainnya tidaklah sama bagaimana mereka di didik dibawah cara pengasuhan orangtua yang berbeda.

Menurut Peraturan Menteri Sosial RI No. 08 Tahun 2012, Pedoman pendataan dan pengelolaan data orang yang bermasalah dalam bantuan sosial, dan data potensi dan sumber bantuan sosial mengatakan bahwasannya banyak anak menjadi korban kekerasan atau dirampas perlindungan dan pendidikan oleh orang tuanya, banyak orang tua secara psikologis atau finansial tidak mampu untuk merawat anak-anak mereka Terlebih lagi pada anak-anak yang lahir tidak direncanakan rentan terhadap pelecehan dan kekerasan. Banyak anak menjadi korban kesalahan orang tua mereka.

Banyak orang tua yang masih menerapkan pola asuh dengan menggunakan Metode pengasuhan otoriter atau yang dikenal dengan *authoritarian parenting* dalam membesarkan anak hal ini tentu saja dipandang sebagai pola asuh yang salah yang di mana mengharuskan anak untuk selalu patuh, menuntut agar anak-anak selalu mendengarkan dan mengerti tapi tidak dengan sebaliknya, tidak membiarkan anak-anak berbicara, menerapkan label untuk membandingkan Anak-anak dan gemar menyalahkan anak-anak (Nurul Nur Azizah, 2018). Pola Asuh dikatakan sangat berpengaruh terhadap kecerdasan dan karakter anak di masa depan pola asuh yang baik akan menghasilkan anak yang cerdas dan bermartabat, sehingga sangat penting untuk mempelajari pengetahuan pola asuh anak sebelum menikah maupun sesudah menikah, Pengetahuan pola asuh anak atau yang sekarang dikenal dengan Pengetahuan parenting.

Pengetahuan Parenting di nilai sangat penting baik bagi yang belum menikah maupun yang telah menikah, Parenting atau Pola asuh anak yang dilakukan oleh orang tua terhadap anaknya sejak bayi bahkan semenjak dalam kandungan sampai fase kedewasaan (Jane Brooks, 2011). Pengasuhan adalah suatu proses perilaku yang berlangsung melalui interaksi antara orang tua dengan anak dari kecil hingga ketika anak tumbuh menjadi dewasa, kewajiban orang tua dalam pemenuhan kebutuhan fisik dan kebutuhan psikologis anak yang dimana disimpulkan bahwa orang tua adalah panutan dalam tumbuh dan perkembangan anak sebagai hasil dari proses penerapan pola asuh yang dilaksanakan orang tua kepada anak sejak kecil, banyak masyarakat mengatakan jika pola asuh yang salah dapat terbukti dengan perilaku anak di masyarakat yang dapat mengakibatkan anak bertindak di luar nilai-nilai norma yang dianggap baik oleh masyarakat.

Orang tua dikatakan sebagai *Role model* bagi anaknya disebabkan dapat memberi banyak pengalaman-pengalaman yang bisa dijadikan inspirasi kepada anak untuk berjuang mendapatkan apa yang telah di mimpikan, membangkitkan potensi maksimal anak dan mampu melihat hal yang terbaik yang ada di dalam diri anak maka dari itu banyak orang tua di zaman sekarang yang telah mempersiapkan dirinya dengan dibekali Pengetahuan parenting.

Kemajuan Media sosial khususnya instagram banyak sekali pengguna yang memanfaatkan dengan membuat konten-konten edukasi salah satunya edukasi

mengenai Pengetahuan *Parenting* yang ditunjukkan kepada orang-orang yang belum menikah maupun yang telah menjadi orang tua itu sendiri baik pengetahuan tersebut tersampaikan kepada laki-laki maupun kepada perempuan. Salah satu akun instagram yang turut memberikan konten-konten edukasi mengenai *parenting* yaitu akun instagram dengan username "*Parentalk.id*". Akun tersebut telah ada sejak Tanggal 1 November 2017 sampai dengan Sekarang telah berusia 5 Tahun lebih dengan telah memiliki 1.1 Juta Pengikut dengan jumlah postingan konten sebanyak 6.490 pertanggal 25 Juni 2023, serta dilengkapi 11 *Highlight* pada sorotan *story* instagram, konten yang ditayangkan pada akun instagram tersebut berupa gambar animasi maupun video yang dilengkapi dengan *caption* dan telah memiliki lebih dari 25.000 suka (*like*) setiap kali mengunggah postingan konten dan mendapatkan lebih dari 1000 komentar (*comment*).

Melalui tagline yang diunggah pada website *about us* yang dimana mengatakan "*Parentalk is a digital content creator, Information and Education media with community-based platform for urban parents and couples in Indonesia. Founded in 2017, our service include content creation in multiplatform, campaign strategy planning, event activation*". ada banyak sekali isi konten yang telah diunggah oleh Parentalk.id melalui instagramnya baik berupa konten edukasi-edukasi mengenai pengetahuan Pola asuh anak yang ditunjukkan kepada calon orang tua maupun orang tua dalam mendidik anak, tidak hanya mengunggah konten edukasi melalui setiap postingan Parentalk.id juga turut memberikan konten hiburan yang dimana parentalk.id sering mengadakan berbagai kegiatan yang melibatkan langsung para orang tua dan anak-anaknya, Juga turut mengadakan kegiatan seminar maupun webinar dengan fokus pembahasan mengenai pola asuh anak, konten instagram mengenai rekomendasi film keluarga, Inspirasi-inspirasi dan masih banyak konten lainnya.

Adapun alasan pendukung lainnya pada penelitian ini, diantaranya:

1.1.1 Interaksi pada instagram Parentalk.id sangat aktif

Mcquail (Faidlatul habibah & irwansyah, 2021) mengartikan masyarakat informasi sebagai sebuah kondisi dimana masyarakat memiliki ketergantungan terhadap informasi dalam aktivitas komunikasi melalui siaran digital dan elektronik sehingga dari adanya fenomena ini mengakibatkan masyarakat selalu terhubung

dengan informasi-informasi baru dengan didukung kemajuan teknologi maka masyarakat dengan mudah mengakses dan memilih informasi mana yang mereka inginkan. Kebutuhan masyarakat akan informasi disetiap harinya membuat instagram parentalk.id yang merupakan sebuah akun pada media sosial instagram terus berusaha melakukan berbagai inovasi dari mulai bentuk penyampaian isi konten sampai dengan fokus pembahasan pengetahuan *Parenting* yang dibuat sesingkat mungkin namun langsung pada intinya yang diunggah setiap hari dengan pembahasan yang berbeda-beda tentu saja hal ini mendapatkan respon baik dari para pengikutnya sehingga dapat mempengaruhi Jumlah suka pada postingan konten yang diunggah parentalk.id yang bisa mencapai hingga 5000 suka dan Jumlah Komentar yang bisa mencapai 50 Komentar pada setiap postingan konten yang diunggah oleh parentalk.id.

Parentalk.id membangun komunikasi dua arah dengan pengikutnya dengan cara selalu membalas komentar-komentar yang diberikan pengikut pada setiap postingan yang diunggah, membuka forum sesi tanya jawab pada snapgram, membuka fitur saluran siaran yang dimana pengikut bisa lebih dekat dengan parentalk.id sehingga hal ini mendapatkan antusias positif dari pengikut dalam setiap postingan yang diunggah setiap hari sampai dengan kegiatan-kegiatan yang diadakan langsung oleh Parentalk.id seperti seminar maupun webinar dan festival pesertanya selalu penuh sesuai dengan target yang ditetapkan oleh panitia pelaksana maka dari itu tidak dapat dipungkiri jika Parentalk.id memiliki kualitas interaksi yang sangat aktif tidak hanya interaksi satu arah namun terjadi dua arah dari Parentalk.id dengan pengikut instagram tersebut.

1.1.2 Konten instagram Parentalk.id bisa di Pelajari oleh Semua Jenis Kelamin

Berdasarkan pengamatan dilapangan yang dilakukan oleh peneliti melalui instagram parentalk.id disetiap hari dimana unggahan konten melalui fitur instagram yaitu *feeds*, *reels*, maupun *snapgram* yang juga di buat pada *Highlight* instagram Parentalk.id berfokus pada informasi parenting yang ditunjukkan kepada pengikut instagram yang berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan yang belum menikah maupun yang telah menikah dengan tujuan agar para Pengikut Instagramnya memperoleh Pengetahuan-pengetahuan mengenai *Parenting* itu

sendiri disebabkan yang menjadi orang tua bukan hanya perempuan saja namun laki-laki juga menjadi sosok ayah bagi anak-anaknya sehingga pengetahuan parenting sangat penting untuk dipelajari maupun dipahami hal ini dapat dibuktikan dengan postingan-postingan pada instagram parentalk.id yang di tujukkan kepada laki-laki. Founder Parentalk.id mengatakan pada salah satu postingan nya yang diunggah melalui feeds instagram “ *Melalui langkah kecil Bumil dan Pakmin bikin Platform dan komunitas ini, harapannya supaya bukan hanya ibu namun seorang ayah harus terlibat juga dalam pengasuhan anak dan kita gak lagi jadi fatherless country dimasa depan* ”.

Parentalk.id melalui fitur reels pada instagramnya mempunyai konten podcast yang diberi tema “Curhat bapak ibu” dimana konten ini diunggah dengan diisi materi-materi parenting yang beragam dengan turut menghadirkan berbagai bintang tamu yang memang sesuai dengan bidangnya semenjak podcast tersebut mendapat banyak dukungan dari pengikut parentalk.id para founder nya langsung membuatkan akun instagram khusus untuk curhat bapak ibu yang diberi username @Curhatbapakibu untuk mendukung berkembangnya pengetahuan parenting kepada seluruh calon orang tua maupun yang telah menjadi orang tua itu sendiri.

1.1.3 Instagram Parentalk.id mempunyai pengikut terbanyak

Memberikan banyak pengetahuan pola asuh anak dizaman sekarang sangatlah mudah disebabkan telah banyak orang yang turut memanfaatkan media sosial khususnya instagram sebagai tempat menyampaikan informasi pengetahuan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Berikut beberapa akun instagram yang memberikan informasi seputar pengetahuan pola asuh anak.

Tabel 1.1 Jumlah Pengikut Instagram Parenting di Indonesia

Akun Instagram Parenting di Indonesia	Followers akun Instagram Parenting di Indonesia
Parentalk.id	1.1JT
Anak Juga Manusia	601RB
Talk Parenting	991RB
Tutur Mama	272RB

School_Of_Parenting	299RB
Rainbowcastleid	197RB
Tiga Generasi	155RB
Dearmoms.id	508RB
Haloibuid	103RB
ParentingIndonesia	269RB

Sumber: Diolah oleh Peneliti

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas mengenai akun-akun instagram yang memberikan edukasi pengetahuan mengenai Pola asuh anak, Namun terlihat dari jumlah pengikut disetiap akun Instagram tersebut menunjukkan jumlah pengikut yang paling banyak ialah akun instagram dengan *username* @Parentalk.id dengan jumlah pengikut mencapai 1.1 Juta.

Berdasarkan dari uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai hal-hal yang telah diuraikan tersebut dan menyajikannya dalam bentuk karya ilmiah berupa penelitian dengan Judul “Pengaruh konten instagram Parentalk.id terhadap kebutuhan informasi parenting pada *followers*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang diatas maka dapat dirumuskan, Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu, Bagaimana pengaruh konten instagram parentalk.id terhadap kebutuhan informasi parenting pada *followers*.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah diatas maka adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu, Untuk dapat mengetahui pengaruh konten instagram parentalk.id terhadap kebutuhan informasi parenting pada *followers*.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara langsung maupun tidak secara

langsung. Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Praktis

Manfaat praktis peneliti berharap bahwa penelitian ini bisa menjadi sumber wawasan baru bagi masyarakat dalam menggunakan media sosial khususnya instagram dalam pemenuhan kebutuhan informasi pengetahuan pola asuh anak. Peneliti juga berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi sumber referensi bagi para pembaca dan bisa dijadikan dasar dalam pengimplementasian dilapangan.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah pada kajian tentang pengaruh penggunaan instagram dalam pemenuhan kebutuhan informasi khususnya bagi informasi mengenai Pola asuh anak. peneliti juga mengharapakan dapat memberikan kontribusi baru yang lebih *variatif* serta *inovatif* dalam perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi

DAFTAR PUSTAKA

- Alfatih. (2016). Modul mata kuliah metodologi penelitian. Indralaya; Fisip Universitas Sriwijaya
- Arshintia Eka Putri. (2020). Pengaruh konten akun Instagram @Jkinfo Terhadap pemenuhan kebutuhan Informasi lalu lintas Followers. Jurnal Ikon Agustus. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Vol. XXV. No. 2 Agustus 2020
- Agnes P & Ira Dwi M. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram @Humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Followers. Jurnal Common: Universitas Telkom Bandung. Vol. 5. No. 2.
- Atmoko, BD. (2012). Instagram Handbook. Jakarta: Media Kita
- Atmoko, BD. (2012). Instagram Handbook. Jakarta: Media Kita
- Benedict E & Ariestya A. (2020). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram @kitabisacom terhadap sikap Berdonasi melalui Platform Crowdfunding. Jurnal Ultimacomm: Universitas Multimedia Nusantara. Vol. 12. No. 2.
- Bungin, B. (2017). Metodologi penelitian Kuantitatif. Kencana
- Creswell, J. W. (2012). Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed. Pustaka Pelajar.
- Eriyanto. (2011). Analisis Isi: Pengantar metodologi untuk penelitian ilmu komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana (Prenada Media Group)
- Faidlatul Habibah, A. & Irwansyah, I. (2021). Era masyarakat informasi sebagai dampak media baru. Jurnal teknologi dan sistem informasi bisnis. 3(2) 350-363. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255>
- Humaizi. (2018). Uses and Gratification Theory. Medan:UsuPress. McQuail, Dennis. (2011). Teori Komunikasi Massa Edisi 6 Buku 1. Jakarta:Salemba Humanika.

- Media sosial instagram @Parentalk.id, Data Survei Media Sosial oleh Hootsuite Retrieved 16 September 2022. Form <https://andi.link/hootsuite-we-aresocial-indonesian-digital-report-2022/>
- Morissan. (2016). Statistik sosial. Kencana. Natasya Puspita sari. (2022). Pengaruh konten media sosial instagram @Laakfkb terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa akhir FKB Jurnal education and development. Universitas Telkom
- Natasya Puspita sari. (2022). Pengaruh konten media sosial instagram @Laakfkb terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa akhir FKB Jurnal education and development. Universitas Telkom
- Ni'matul Rohmah, N. (2020). Media sosial sebagai media alternatif manfaat dan pemuas kebutuhan informasi mas apandemik Global Covid-19 (Kajian analisis teori uses and Gratification). 4(1). 1-16. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/29/092500765/update-viruscorona-di-dunia-29-maret-662.073-kasus-di-200>.
- Nurul Hidayah, Diah Agung Esfandari . (2019). Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Akun @Duniakulinerbdg Terhadap Minat Penggunaan sebagai Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kuliner. Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Telkom. Vol 6. No 1.
- Palmgreen, P.(2001). *Communication Research Measures: A. Sourcebook. The Guildford Press* Siregar.
- Syofan. (2013). Metode penelitian kuantitatif: Dilengkapi dengan perbandingan perhitungan Manual & SPSS. Jakarta: KENCANA
- Sugiyono. (2015). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d. alfabeta cv.
- Sugono, D. Sugiyono & Maryani, Y. (2016). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Pusat Bahasa

- Suryadi, E., Darmawan, D., & Mulyadi, a (2019). Metode penelitian komunikasi. PT Remaja Rosdakarya.
- Tarakci dan Yenicikti. (2016). *Instagram In The Context Of The Uses and Gratification Approach. International Association of Social Science Research Thomas.*
- L., Orme, E., & Keringgan, F. (2020). Student Loneliness: The Role of Social Media Through Life Transitions. *Computer and Education*, 146. <https://doi.org/10.1016/j.compedu/2019.103754>.
- Vershia Virginia Wenas. (2018). Pengaruh media sosial instagram sebagai metode pemasaran terhadap minat beli (Studi kasus Instagram @astepbistro). Skripsi Universitas Brawijaya.
- Vivi Afiah dan Nawiroh Vera. (2022). Pengaruh konten instagram seblak jeletet murni terhadap minat beli konsumen (Survei pada followers instagram @seblak_jeletet_murni). *E- Proceeding of Management: Universitas Telkom Bandung*. Vol. 8. No. 5. Watie,
- Erika Dwi Setya. Komunikasi dan Media Sosial (Communication and Social Media). *Jurnal Humaniora* 3 (2), 69-74. 2016.
- Wulandari A & Nuril S. (2022). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram @hallobandung terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. *Jurnal pendidikan sejarah dan riset sosial Humaniora (KAGANGA): Universitas Telkom Bandung*. Vol. 5. No. 2.