

**PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN DAN KUALITAS  
INFORMASI PADA AKUN INSTAGRAM  
@INFOLUBUKLINGGAU TERHADAP KEPUASAN  
PENGGUNA DALAM MEMPEROLEH INFORMASI  
(Studi terhadap *Followers* Aktif Akun Instagram  
@infolubuklinggau)**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi: Hubungan Masyarakat (Humas)



**Oleh**

**RISMAYANI  
07031282025055**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF**

**PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN DAN KUALITAS INFORMASI  
PADA AKUN INSTAGRAM @INFOLUBUKLINGGAU TERHADAP  
KEPUASAN PENGGUNA DALAM MEMPEROLEH INFORMASI (Studi  
terhadap *Followers* Aktif Akun Instagram @infolubuklinggau)**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1  
Ilmu Komunikasi**

**Oleh**

**RISMAYANI  
07031282025055**

**Pembimbing I**

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



---


**Pembimbing II**

**Eko Pebryan Java, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIP. 198902202022031006**



---

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**



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

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF

PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN DAN KUALITAS INFORMASI  
PADA AKUN INSTAGRAM @INFOLUBUKLINGGAU TERHADAP  
KEPUASAN PENGGUNA DALAM MEMPEROLEH INFORMASI (Studi  
terhadap Followers Aktif Akun Instagram @infolubuklinggau)

SKRIPSI  
Oleh


RISMAYANI  
07031282025055

Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji  
Pada Tanggal 29 Februari 2024  
dan Dinyatakan telah Memenuhi Syarat

KOMISI PENGUJI

Pembimbing

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




2. Eko Pebryan Jaya, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIP.198902202022031006

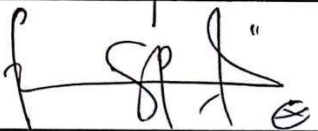


Penguji

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



2. Feny Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIP.198607072023212056



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,



Prof. Dr. Alfitri, M.Si  
NIP. 196601221990032004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,



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

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rismayani  
NIM : 07031282025055  
Tempat dan Tanggal Lahir : Jago Lano, 24 Agustus 2002  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Motif Penggunaan dan Kualitas Informasi pada Akun Instagram @infolubuklinggau terhadap Kepuasan Pengguna dalam Memperoleh Informasi (Studi terhadap Followers Aktif Akun Instagram @infolubuklinggau)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

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

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

Inderalaya, 30 Januari 2024  
Yang membuat Pernyataan,

The image shows an official stamp of Universitas Sriwijaya, featuring the university's logo and the text 'UNIVERSITAS SRIWIJAYA' and 'METEOR TEMPEL'. Below the stamp is a handwritten signature in black ink. The stamp also contains the alphanumeric code 'E86F5ALX03350608'.

Rismayani  
NIM. 07031282025055

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Maka, ingatlah kepada-Ku, Aku pun akan ingat kepadamu. Bersyukurlah kepada-Ku dan janganlah kamu ingkar kepada-Ku.”*

(Q.S. Al Baqarah: 152)

*“Comfort is the enemy of growth.”*

Dengan segala puji dan syukur kepada Allah SWT., skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku
2. Keluarga besarku
3. Teman-temanku
4. Para akademisi
5. Almamaterku

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Motif Penggunaan dan Kualitas Informasi pada Akun Instagram @infolubuklinggau terhadap Kepuasan Pengguna dalam Memperoleh Informasi (Studi terhadap Followers Aktif Akun Instagram @infolubuklinggau)”. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, para sahabat, dan pengikutnya hingga akhir zaman. Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi konsentrasi Hubungan Masyarakat (Humas) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwah, S.E., M.Si., sebagai Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si., sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya, beserta jajaran pengurus Dekanat lainnya.
3. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si., sebagai Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si., sebagai Dosen Pembimbing I dan Bapak Eko Pebryan Jaya, S.I.Kom., M.I.Kom sebagai Dosen Pembimbing II yang telah memberikan banyak bantuan berupa ilmu, saran, dan motivasi kepada penulis selama masa penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan banyak bantuan berupa ilmu, saran, dan motivasi selama masa perkuliahan penulis.
6. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan banyak bantuan selama masa perkuliahan penulis.
7. Kedua orang tua penulis, Aba dan Mamak, serta kedua adik penulis, Aziz dan Putri. Terima kasih atas segala bantuan baik moral maupun materil yang selalu diberikan kepada penulis serta selalu berada di sisi penulis selama ini.
8. Keluarga besar penulis yang telah memberikan banyak bantuan dan dukungan yang telah memudahkan masa perkuliahan penulis.
9. Kedua teman penulis, Ajeng Ayu dan Cindy Angel yang telah menjadi teman sepejuangan masa perkuliahan, masa satu kost, masa *Ciee Magang*, dan masa-masa lainnya. Terima kasih atas segala bantuan, dukungan, waktu, kenangan, dan perhatiannya selama ini. Doa terbaik penulis selalu menyertai kalian.
10. Teman-teman seperjuangan penulis a.k.a *Sobat Ruang Baca Fisip*: Bunga Angel, Cia, Lidia, Mariah, Metha dan Syamira, terima kasih atas segala bantuan, dukungan, waktu, kenangan, dan perhatiannya selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini. Doa terbaik penulis selalu menyertai kalian.
11. Keluarga besar Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2020 kampus Inderalaya yang telah memberikan banyak pengalaman dan warna selama masa perkuliahan penulis.

12. Seluruh pihak akun Instagram @infolubuklinggau yang telah berkenan menjadi objek dalam penelitian ini dan seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.
13. Terima kasih kepada diri penulis sendiri yang selalu percaya akan kemampuan dan terus bersemangat, tekun, serta optimis dalam melakukan yang terbaik hingga kini dan nanti.
14. Terima kasih kepada seluruh pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang turut membantu selama proses penyusunan skripsi ini.
15. Terima kasih kepada semua orang yang telah dan akan hadir dalam hidup penulis hingga kini dan nanti.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Dalam penulisan skripsi ini, tentu saja terdapat banyak kekurangan dari berbagai aspek, baik dari segi kualitas maupun kuantitas materi yang disajikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis membutuhkan kritik dan saran pada skripsi ini demi kemajuan pendidikan di masa yang akan datang.

Inderalaya, 30 Januari 2024

Rismayani



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>i</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xviii</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
2.1 Landasan Teori .....	14
2.2 Teori Penggunaan dan Gratifikasi .....	14
2.3 Komunikasi Massa .....	16

2.3.1 Definisi Komunikasi Massa.....	16
2.3.2 Karakteristik Komunikasi Massa.....	17
2.3.3 Fungsi Komunikasi Massa.....	18
2.3.4 Sejarah dan Bentuk-bentuk Media Komunikasi Massa.....	19
2.4 Motif Penggunaan.....	22
2.4.1 Definisi Motif Penggunaan.....	22
2.4.2 Macam-macam Motif Penggunaan.....	22
2.4.3 Motif Penggunaan Media oleh Denis McQuail.....	24
2.5 Kualitas Informasi.....	24
2.5.1 Definisi Kualitas Informasi.....	24
2.5.2 Karakteristik Kualitas Informasi.....	25
2.5.3 Fungsi Kualitas Informasi.....	26
2.5.4 Model DeLone & McLean.....	27
2.5.5 Dimensi Kualitas Informasi.....	28
2.6 Kepuasan Pengguna.....	29
2.6.1 Definisi Kepuasan Pengguna.....	29
2.6.2 Karakteristik Kepuasan Penggunaan Media.....	30
2.6.3 Dimensi dan Indikator Kepuasan Pengguna.....	31
2.7 Media Sosial.....	32
2.7.1 Definisi Media Sosial.....	32
2.7.2 Karakteristik Media Sosial.....	32
2.7.3 Fungsi Media Sosial.....	33
2.8 Instagram.....	35
2.8.1 Definisi dan Sejarah Instagram.....	35

2.8.2 Karakteristik Instagram.....	35
2.8.3 Fungsi Instagram.....	36
2.8.4 Fitur-fitur Instagram .....	37
2.9 Kerangka Teori.....	38
2.10 Kerangka Pemikiran .....	41
2.11 Hipotesis .....	42
2.12 Penelitian Terdahulu.....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1 Desain Penelitian.....	46
3.2 Definisi Konsep.....	47
3.2.1 Motif Penggunaan.....	47
3.2.2 Kualitas Informasi.....	48
3.2.3 Kepuasan Pengguna.....	48
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	49
3.4 Unit Analisis, Populasi, dan Sampel .....	50
3.4.1 Unit Analisis .....	50
3.4.2 Populasi.....	51
3.4.3 Sampel .....	51
3.5 Jenis Data dan Sumber Data.....	53
3.5.1 Jenis Data.....	53
3.5.2 Sumber Data .....	53
3.6 Uji Validitas.....	54
3.6.1 Uji Validitas Konvergen.....	54
3.6.2 Uji Validitas Diskriminan.....	55

3.7 Uji Reliabilitas.....	56
3.8 Teknik Pengumpulan Data .....	57
3.8.1 Kuesioner.....	57
3.8.2 Observasi .....	58
3.8.3 Studi Dokumentasi.....	58
3.9 Teknik Analisis Data .....	59
3.9.1 Teknik Analisis Deskriptif Kuantitatif .....	59
3.9.2 Teknik Analisis Eksplanatif.....	60
3.9.3 Teknik Analisis Evaluasi Model.....	60
3.9.4 Uji Hipotesis: <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	60
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>62</b>
4.1 Latar Belakang Akun Instagram @infolubuklinggau .....	62
4.2 Profil Akun Instagram @infolubuklinggau.....	63
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>70</b>
5.1 Analisis Deskriptif Kuantitatif .....	70
5.1.1 Profil Responden.....	70
5.1.2 Deskripsi Variabel .....	73
5.1.3 Analisis Nilai Mean, Median, Minimum & Maksimum, dan Standar Deviiasi.....	79
5.2 Uji Validitas.....	82
5.2.1 Uji Validitas Konvergen.....	82
5.2.2 Uji Validitas Diskriminan.....	84
5.3 Uji Reliabilitas.....	85
5.4 Evaluasi Model Struktural.....	86

5.5 Uji Hipotesis.....	89
5.6 Pembahasan.....	91
5.6.1 Pengaruh Motif Penggunaan terhadap Kepuasan Pengguna .....	92
5.6.2 Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna .....	94
5.6.3 Pengaruh Motif Penggunaan dan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna.....	96
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>98</b>
6.1 Kesimpulan.....	98
6.2 Saran.....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>103</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>109</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Akun Instagram yang Menjadi Sarana Informasi di Kota Lubuklinggau .....	11
Tabel 2.1 Klasifikasi Motif-motif Penggunaan Media .....	23
Tabel 2.2 Penelitian-penelitian Terdahulu .....	42
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	49
Tabel 3.2 Rule of Thumb Uji Validitas Konvergen .....	55
Tabel 3.3 Rule of Thumb Uji Validitas Diskriminan.....	56
Tabel 3.4 Rule of Thumb Uji Reliabilitas .....	56
Tabel 3.5 Bobot Kuesioner Penelitian .....	58
Tabel 3.6 Rule of Thumb Uji Hipotesis .....	61
Tabel 5.1 Jenis Kelamin Responden .....	71
Tabel 5.2 Profil Usia Responden .....	71
Tabel 5.3 Profil Profesi Responden .....	71
Tabel 5.4 Domisili Responden.....	72
Tabel 5.5 Frekuensi Variabel Motif Penggunaan (X1).....	74
Tabel 5.6 Frekuensi Variabel Kualitas Informasi (X2).....	76
Tabel 5.7 Frekuensi Variabel Kepuasan Pengguna (Y) .....	78
Tabel 5.8 Statistik Deskriptif Indikator Variabel X1, X2, dan Y .....	80
Tabel 5.9 Hasil Perhitungan Validitas Konvergen.....	82
Tabel 5.10 Outer Loading dan Cross Loading .....	84
Tabel 5.11 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	85
Tabel 5.12 Model Fit.....	86

Tabel 5.13 Rata-rata dan Korelasi Antar Variabel.....	88
Tabel 5.14 Koefisien Jalur, t-statistic, dan p-value.....	89
Tabel 5.15 Nilai R-square .....	91
Tabel 5.16 Rangkuman Uji Hipotesis .....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komentar Netizen pada beberapa Postingan di Akun Instagram @infolubuklinggau .....	3
Gambar 1.2 Data Platform Media Sosial Terfavorit .....	7
Gambar 1.3 Logo Akun Instagram @infolubuklinggau .....	8
Gambar 1.4 Profil dan Feeds Akun Instagram @infolubuklinggau.....	9
Gambar 4.1 Halaman Profil Akun Instagram @infolubuklinggau .....	63
Gambar 4.2 Logo Akun Instagram @infolubuklinggau .....	64
Gambar 4.3 Bio dan Informasi Kontak Akun Instagram @infolubuklinggau.....	65
Gambar 4.4 Sorotan <i>Stories</i> Akun Instagram @infolubuklinggau .....	66
Gambar 4.5 <i>Feeds</i> pada Akun Instagram @infolubuklinggau.....	66
Gambar 4.6 Salah Satu Postingan pada Akun Instagram @infolubuklinggau .....	67
Gambar 4.7 Salah Satu Postingan Pengaduan pada Akun Instagram @infolubuklinggau .....	68
Gambar 5.1 Model Penelitian .....	87



**DAFTAR BAGAN**

Bagan 2.1 Alur Pemikiran..... 41

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Rancangan Kuesioner Penelitian .....	109
Lampiran 2: Distribusi Jawaban Responden.....	114
Lampiran 3: <i>Output</i> Perhitungan.....	125
Lampiran 4: Persentase Plagiasi.....	128

## ABSTRAK

Akun Instagram @infolubuklinggau adalah akun penyedia informasi lokal di Kota Lubuklinggau dan sekitarnya. Meskipun teridentifikasi masalah mengenai isi dan teknis, akun ini tetap memiliki tingkat kepopuleran yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Motif Penggunaan dan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna dalam memperoleh informasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Penggunaan dan Gratifikasi yang dikembangkan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch, Model DeLone dan McLean, serta indikator Kepuasan Pengguna dari Clairine dan Widayatmoko. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menerapkan analisis data *Partial Least Square-Structural Equation Model* (PLS-SEM) yang kemudian diolah menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.1. Terdapat 100 sampel dalam penelitian ini yang dipilih melalui teknik *non-probability sampling*, yaitu *convenience sampling*, *purposive sampling*, dan *quota sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Motif Penggunaan secara parsial berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap Kepuasan Pengguna dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,066, nilai p-value sebesar 0,450, dan nilai t-statistic sebesar 0,756. Sementara itu, Kualitas Informasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,811, nilai p-value sebesar 0,000, dan nilai t-statistic sebesar 10,643. Selain itu, Motif Penggunaan dan Kualitas Informasi berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pengguna dengan nilai R-square sebesar 0,700.

**Kata kunci:** @infolubuklinggau, Motif Penggunaan, Kualitas Informasi, Kepuasan Pengguna.

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Eko Pebryan Java, S.I./Kom., M.I.Kom  
NIP. 198902202022031006

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



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

## **ABSTRACT**

*The Instagram account @infolubuklinggau is a provider of local information in the city of Lubuklinggau and its surroundings. Despite identified issues regarding content and technical aspects, this account still maintains a high level of popularity. This study aims to determine the influence of Usage Motives and Information Quality on User Satisfaction in obtaining information. The theory used in this study are the Uses and Gratifications Theory developed by Katz, Blumler, and Gurevitch, the DeLone and McLean Model, and the User Satisfaction indicator from Clairine and Widayatmoko. This study uses a quantitative method by applying Partial Least Square-Structural Equation Model (PLS-SEM) data analysis which is then processed using the SmartPLS 4.1 software. There are 100 samples in this study that were selected through non-probability sampling techniques, namely convenience sampling, purposive sampling, and quota sampling. The results of the study show that Usage Motives partially have a positive but not significant effect on User Satisfaction with a path coefficient value of 0.066, a p-value of 0.450, and a t-statistic value of 0.756. Meanwhile, Information Quality has a positive and significant effect on User Satisfaction with a path coefficient value of 0.811, a p-value of 0.000, and a t-statistic value of 10.643. In addition, Usage Motives and Information Quality simultaneously affect User Satisfaction with an R-square value of 0.700.*

**Keywords:** *@infolubuklinggau, Usage Motives, Information Quality, User Satisfaction.*

**Advisor I**



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

**Advisor II**



**Eko Pebryan Java, S.I.Kom., M.I.Kom**  
NIP. 198902202022031006

**Head of Communication Department**



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

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sejak munculnya berbagai perkembangan dalam teknologi komunikasi pada awal abad ke-20, telah ada banyak media yang digunakan untuk mencari dan memenuhi kebutuhan informasi. Kemajuan ini mengarahkan manusia ke era modern yang dicirikan oleh kehadiran media sosial beserta beragam platformnya. Akan tetapi, penggunaan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi masih menjadi topik menarik untuk diteliti hingga saat ini. Hal ini didasari oleh sejumlah permasalahan terkait penggunaan media sosial sebagai alat penyebar informasi, seperti penyebaran berita palsu (*hoax*), pengarahannya, netralitas media, penggunaan buzzer, kesalahan ketik (*typo*), dan berbagai permasalahan lainnya.

Berdasarkan hal tersebut, dalam penggunaan media sosial sebagai alat penyebar informasi, terdapat kesenjangan antara harapan pengguna dan realitas yang dapat memengaruhi kepuasan penggunaan media tertentu. Sebuah teori tentang penggunaan dan gratifikasi menyatakan bahwa terdapat motif-motif khusus yang harus terpenuhi, serta bagaimana pencapaiannya yang akan menentukan terpenuhinya harapan tersebut (West & Turner, 2017). Oleh karena itu, pengguna media merupakan bagian dari khalayak yang menuntut sesuatu dari komunikasi yang diterimanya (Rakhmat, 2021).

Tuntutan pengguna terkait dengan motif penggunaan mengarah pada kebutuhan akan memperoleh informasi, namun pada kenyataannya masih terdapat beberapa hal yang belum memenuhi harapan pengguna sehingga menyebabkan keraguan yang perlu diselidiki. Harapan tersebut terkait dengan penelitian ini,

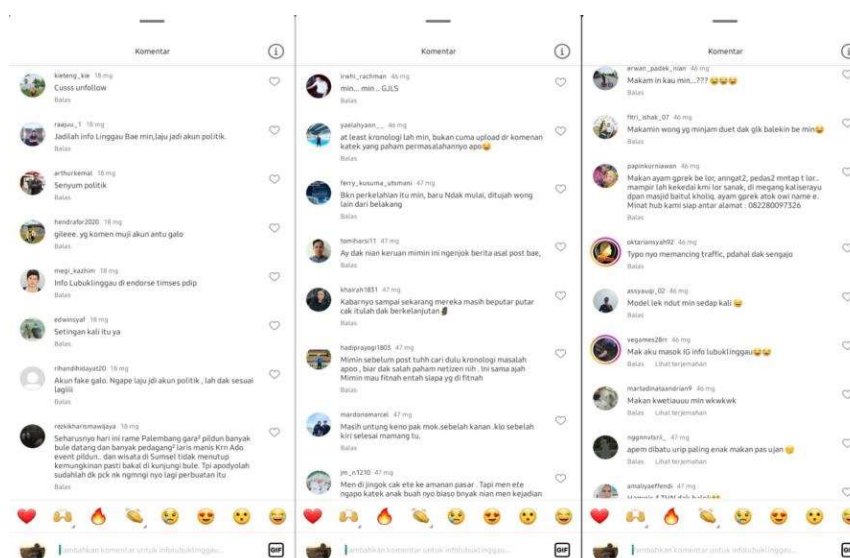
menitikberatkan pada pemenuhan informasi yang perlu dievaluasi berdasarkan beberapa faktor. Dalam hal ini, terdapat akun di platform media sosial Instagram, yakni akun @infolubuklinggau yang dalam pengamatan awal penulis, mendapatkan beberapa keluhan. Hal ini sejalan dengan pandangan yang menyatakan bahwa sebab-sebab tertentu (faktor kausatif), dalam kasus ini, yakni Motif Penggunaan dan Kualitas Informasi, akan berpengaruh pada hasil akhir, yaitu Kepuasan Pengguna. Oleh karena itu, perlu dilakukan identifikasi variabel-variabel terkait permasalahan yang diselidiki (Creswell, 2016).

Berdasarkan pengamatan awal penulis, ditemukan keluhan-keluhan pada akun Instagram @infolubuklinggau yang menyoroti dua hal, yakni konten dan teknis akun. Keluhan terkait konten mencakup relevansi informasi dan netralitas media. Sementara itu, keluhan terkait teknis meliputi ketidaklengkapan informasi, kesalahan penulisan, dan waktu unggahan. Hal ini memunculkan kecurigaan bahwa ada aspek yang perlu diteliti karena keluhan tersebut bertentangan dengan aspek teoritis, khususnya dalam konteks komunikasi massa yang berkaitan dengan substansi berita/apa yang disampaikan dan penyajiannya. Asemah (2022: 138) dalam bukunya yang berjudul 'Principle and Practice of Mass Communication' menyajikan beberapa aturan umum dalam penulisan berita, antara lain: atribusi, kapitalisasi, penggunaan judul, singkatan, identifikasi, kejelasan, presisi, kontraksi, dan penomoran.

Dari pengamatan awal penulis pada akun Instagram @infolubuklinggau, terungkap bahwa kejelasan dan presisi sering diabaikan sehingga berpotensi menyesatkan pembaca. Hal ini tercermin dari keluhan-keluhan pengguna lain yang tertera dalam kolom komentar, di mana media sosial memungkinkan umpan balik

yang lebih cepat. Teori Penggunaan dan Gratifikasi menjelaskan bahwa pengguna memiliki harapan sesuai motif awal dalam menggunakan media, namun kenyataannya tidak selalu sesuai. Hal ini didukung oleh kemampuan pengguna dalam menyaring, memilih, bahkan menolak pengaruh media berdasarkan faktor-faktor pribadi yang mempengaruhi respons pengguna (Rakhmat, 2021). Pengguna secara tidak langsung aktif dalam menyaring pesan atau media, bukan hanya pasif. Keaktifan pengguna tercermin dari ragam keluhan pada akun @infolubuklinggau yang ditampilkan pada gambar 1.1.

**Gambar 1.1** Komentar Netizen pada beberapa Postingan di Akun Instagram @infolubuklinggau



Sumber: [Instagram.com/infolubuklinggau](https://www.instagram.com/infolubuklinggau)

Dari Gambar 1.1, pengguna mengeluhkan tentang netralitas akun, ketidaklengkapan informasi, kesalahan pengetikan, dan waktu unggahan pada akun @infolubuklinggau. Keluhan tersebut tercermin dalam komentar-komentar seperti:

1. @fandu\_dewanta\*\*\* “Ape col gi info di linggau ni min, sampe posting itu/Apa tidak ada lagi info di Linggau ini, Min, sampai memosting itu.”

2. **@hadiprayogi1\*\*\***: “*Mimin sebelum post tuhh cari dulu kronologi masalah apoo, biar dak salah paham netizen nih. Ini sama ajah Mimin mau fitnah entah siapa yg di fitnah/Admin, sebelum memposting itu, cari dulu kronologi masalahnya agar tidak salah paham Netizen. Ini sama saja Admin memfitnah entah siapa yang difitnah*”.
3. **@m\_fauzan\_hardiwira\*\*\***: “*Sebut sumber foto, donk!/Sebutkan sumber foto, dong!*”
4. **@okta\_com\*\*\***: “*Akun ini kalau ngasih info gak pernah jelas, asal copas aja. Malu kali min sama nama ig/Akun ini kalau memberi info tidak pernah jelas, asal copy paste saja. Malu kali, Min, sama nama IG.*”
5. **@oktariansya\*\*\***: “*Typo nyo memancing traffic, pdhal dak sengaja/Typo-nya memancing traffic, padahal tidak disengaja.*”
6. **@raaju\*\*\***: “*Jadilah info Linggau Bae min, laju jadi akun politik/Cukup info Linggau saja, Min. Jangan jadikan akun ini sebagai platform politik.*”
7. **@sstcut\*\*\***: “*saran min, klo misal belum bole jgn dishare dulu. kmi tdi kesano, dk bole naek, capek kaki/Saran, Min, kalau belum boleh, jangan di-share dulu. Tadi ke sana tidak boleh naik, capek kaki.*”

Pendekatan Marxis terhadap perspektif kritis akan konten menyatakan bahwa informasi yang disampaikan secara verbal, terutama dalam bentuk tulisan (teks), tidak hanya dipandang sebagai 'perantara' bagi realitas, tetapi juga sebenarnya membangun pengalaman dan membentuk identitas. Mengabaikan hal ini atau bahkan menganggapnya sebagai sesuatu yang 'alami' bertentangan dengan asumsi sebagian penelitian tentang media bahwa konten mencerminkan tujuan dan nilai dari pembuatnya. Secara kasar, 'makna' tersebut dapat ditemukan atau disimpulkan



secara langsung dari pesan tersebut sehingga para penerima pesan akan memahami pesan sebagaimana yang dimaksudkan oleh produsen (McQuail, 2011).

Di samping itu, norma yang berlaku di sebagian besar media mengharuskan praktik yang netral, pelaporan peristiwa yang informatif, dan berita yang layak disampaikan. Dengan kata lain, hal ini dapat disederhanakan dengan memperhatikan faktualitas, yaitu nilai, keakuratan, dan integritas informasi; relevansi, yaitu signifikansi dan pentingnya berita; serta keberimbangan, yaitu keseimbangan dalam pemilihan sumber yang mencerminkan sudut pandang yang berbeda sehingga penilaian atau fakta dapat dibandingkan (McQuail, 2011). Dengan demikian jika norma-norma ini diperhatikan, informasi yang disampaikan seharusnya tidak mempromosikan hal-hal yang tidak relevan dengan identitas akun atau mendukung pihak tertentu agar tidak menimbulkan keraguan terhadap kelayakan informasi yang disampaikan dan kredibilitas akun itu sendiri.

Khalayak yang aktif adalah individu yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu (Safriana & Samatan, 2021). Motif dalam konteks ini adalah faktor yang mendorong seseorang untuk menggunakan suatu hal sehingga menghasilkan aktivitas pada pengguna. Hal ini sejalan dengan Teori Penggunaan dan Gratifikasi yang membahas bagaimana penggunaan media berhubungan dengan kepuasan yang diperoleh. Teori ini juga menyatakan bahwa orang secara aktif memilih dan menggunakan media tertentu untuk memuaskan kebutuhan khusus mereka dengan melihat penggunaan media sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan yang dimiliki (West & Turner, 2017).

Dari berbagai permasalahan yang muncul, timbul pula berbagai upaya untuk mendukung optimalisasi penggunaan media sosial sebagai medium penyebaran

informasi di masyarakat. Ada banyak penelitian yang membahas Motif Penggunaan dan Kualitas Informasi dalam penggunaan media sosial sebagai sumber informasi serta dampaknya terhadap Kepuasan Pengguna. Penelitian-penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi tiga kecenderungan utama. Pertama, penelitian yang menganalisis Motif Penggunaan media sosial (Safriana & Samatan, 2021; Ningrum & Prihantoro, 2020; Clairine & Widayatmoko, 2019). Kedua, penelitian yang mengkaji Kualitas Informasi (Sudimanto, K., & Christian, 2022; Safriana & Samatan, 2021; Satyadarma & Syamsudin, 2023). Ketiga, penelitian yang meneliti kepuasan dalam mendapatkan informasi (Safriana & Samatan, 2021; Sadali, Antara, & Satriawan, 2023; Clairine & Widayatmoko, 2019).

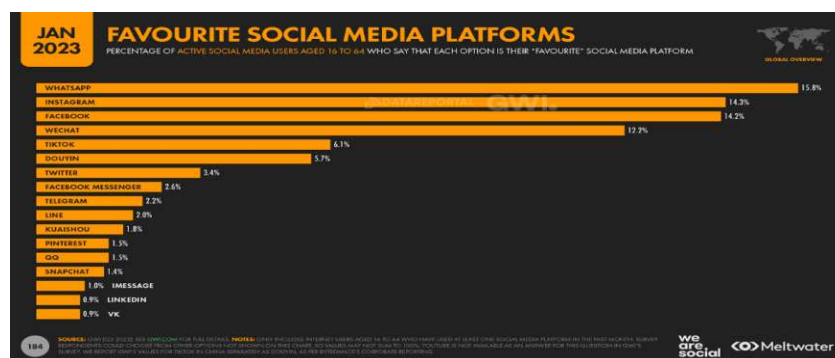
Dalam konteks ini, banyak pendekatan telah diterapkan untuk meneliti dampak penggunaan media sosial terhadap Kepuasan Pengguna. Media sosial saat ini telah menjadi bagian bagi banyak orang dan penelitian seputar media sosial telah dilakukan secara luas. Bukti yang umumnya muncul menunjukkan bahwa Motif Penggunaan dan Kualitas Informasi dapat mempengaruhi Kepuasan Pengguna melalui variasi hasil yang diperoleh seseorang dalam menggunakan media sosial. Akan tetapi, penelitian yang secara spesifik mengkaji apakah terdapat hubungan antara Motif Penggunaan dan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna, terutama dalam penggunaan media sosial sebagai sarana memenuhi kebutuhan informasi, masih terbilang sedikit.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi pada pengetahuan dengan mengeksplorasi pengaruh kedua variabel tersebut terhadap Kepuasan Pengguna, serta menganalisis secara langsung pengaruh Motif Penggunaan dan Kualitas Informasi pada akun Instagram @infolubuklinggau

terhadap Kepuasan Pengguna dalam memperoleh informasi. Studi ini dilakukan terhadap para pengikut (*followers*) aktif akun Instagram @infolubuklinggau.

Data menunjukkan bahwa terdapat 1,32 miliar akun Instagram di seluruh dunia, dan Instagram menempati urutan kedua sebagai media sosial yang paling populer digunakan setelah WhatsApp. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.2.

**Gambar 1.2 Data Platform Media Sosial Terfavorit**



*Sumber: wearesocial.com*

Meskipun media sosial Instagram menempati posisi kedua, fitur-fitur yang ada di Instagram lebih bervariasi dibandingkan WhatsApp yang lebih terfokus pada fungsi berkirim dan bertukar pesan. Istilah 'favorit' memiliki makna yang berbeda bagi setiap orang, namun subjektivitas ini juga merupakan komponen penting dari persepsi individu terhadap setiap platform sehingga menambah nilai pada kumpulan data tersebut (Kemp, 2023). Selain itu, kepopuleran Instagram juga didukung oleh beragamnya fitur yang tersedia sehingga menarik pengguna seperti kreator konten, selebriti, tokoh terkenal, dan masyarakat umum.

Banyaknya pengguna Instagram mengakibatkan penyebaran konten menjadi lebih luas dan dimanfaatkan oleh banyak akun sebagai sarana menyebarkan informasi baik lokal maupun nasional. Beragamnya informasi ini karena manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa terlepas dari kebutuhan akan informasi. Berdasarkan penelusuran penulis, terdapat banyak akun Instagram yang

didedikasikan untuk menyebarkan informasi sesuai dengan bidang dan minatnya. Salah satunya adalah akun @infolubuklinggau yang memanfaatkan Instagram sebagai wadah untuk menyebarkan informasi.

**Gambar 1.3 Logo Akun Instagram @infolubuklinggau**



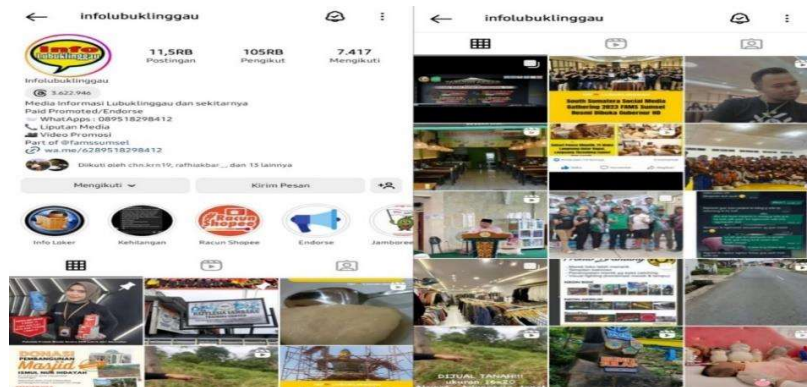
*Sumber: [instagram.com/infolubuklinggau](https://www.instagram.com/infolubuklinggau)*

Gambar 1.3 merupakan logo dari Akun Instagram @infolubuklinggau. @infolubuklinggau adalah akun Instagram yang menyajikan beragam informasi seputar kota Lubuklinggau dan sekitarnya. Akun ini bertujuan menjadi saluran informasi terkini untuk masyarakat kota Lubuklinggau. Dalam delapan tahun pengelolaannya, akun ini telah mendapatkan lebih dari 108.508 pengikut dan telah memposting lebih dari 12.011 unggahan pada November 2023 dengan perkiraan jumlah unggahan yang akan terus bertambah di masa mendatang. Semua informasi yang disampaikan oleh akun ini berupa foto atau video, baik melalui cerita maupun unggahan di Instagram.

Dengan jumlah pengikut dan aktivitas unggahan yang tinggi, penting untuk mengidentifikasi pengaruh Motif Penggunaan dan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna. Hal ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam optimalisasi penggunaan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi yang lebih baik. Penelitian ini dilakukan karena terdapat kesenjangan antara harapan pengguna dan realitas penggunaan media sosial, terutama pada akun Instagram @infolubuklinggau. Berbagai keluhan pengguna terkait ketidaklengkapan

informasi, kesalahan penulisan, dan kekurangan relevansi informasi menjadi perhatian utama. Informasi mengenai profil dan unggahan dari akun ini dapat dilihat pada gambar 1.4.

**Gambar 1.4 Profil dan Feeds Akun Instagram @infolubuklinggau**



Sumber: [instagram.com/infolubuklinggau](https://www.instagram.com/infolubuklinggau)

Gambar 1.4 adalah halaman profil dan *feeds* dari akun Instagram @infolubuklinggau. Profil akun ini terlihat tersusun dengan rapi, dilengkapi dengan informasi kontak tambahan, serta highlight stories yang spesifik. Akan tetapi, pada feeds-nya terlihat beberapa postingan menggunakan *template* khusus akun ini, sementara postingan lainnya tidak mengikutinya. Alasan-alasan tambahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Masyarakat Indonesia mengandalkan media sosial sebagai sumber informasi yang paling mudah diakses

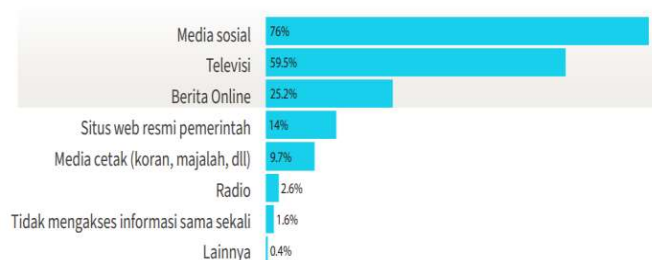
Terdapat berbagai jenis media yang dapat digunakan untuk mencari informasi, seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, dan berbagai bentuk media lainnya yang masih tersedia atau dimanfaatkan saat ini. Akan tetapi, di antara semua jenis media tersebut, media sosial adalah yang paling umum digunakan oleh masyarakat Indonesia sebagai sumber informasi. Menurut survei literasi digital yang dilakukan oleh Kata Data Insight (KIC) bekerja sama dengan Kementerian

Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo), sebanyak 76% dari 1.670 responden mengidentifikasi media sosial sebagai sumber utama informasi mereka. Persentase ini bahkan menempati peringkat pertama di antara media lainnya, sebagaimana yang ditunjukkan dalam grafik di bawah ini.

### Gambar 1.5 Media yang digunakan Masyarakat Indonesia dalam Mencari Informasi

Grafik 13. Sumber Informasi Yang Biasa Diakses dan Yang Dipercaya

"Manakah dari sumber berikut yang biasanya Anda akses untuk mendapatkan informasi?" [MA]  
Basis: Seluruh responden



Sumber: Katadata.id

Dari gambar 1.4 tersebut, terlihat bahwa media televisi menempati peringkat kedua setelah media sosial dengan persentase 59,55%. Disusul oleh berita online sebesar 25,2%, situs web resmi pemerintah sebesar 14%, media cetak (surat kabar, majalah, dll.) sebesar 9,7%, dan radio hanya memperoleh 2,6%. Hasil survei ini menunjukkan bahwa media sosial adalah medium yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk mengakses sumber informasi dibandingkan dengan media lain yang tersedia.

- b. Jumlah *followers* dan unggahan dari akun Instagram @infolubuklinggau cukup tinggi

Berdasarkan hasil pengamatan penulis, akun Instagram @infolubuklinggau memiliki jumlah pengikut terbanyak dan memberikan informasi paling banyak

dibandingkan dengan akun lain yang juga menyajikan informasi terkait kota Lubuklinggau dan sekitarnya. Informasi ini dapat dilihat pada tabel 1.1.

**Tabel 1.1 Akun Instagram yang Menjadi Sarana Informasi di Kota Lubuklinggau**

No.	Nama Akun Instagram	Jumlah Pengikut	Jumlah Postingan	Tahun Pembuatan Akun
1.	@infolubuklinggau	107.764	11.916	2015
2.	@linggauterkini	56.105	4.976	2016
3.	@berita_lubuklinggau	36.882	7.742	2018
4.	@lubuklinggau.update	25.889	4.704	2017
5.	@linggau.talk	10.996	305	2018
6.	@linggaupos_online	7.593	5.023	2019
7.	@linggau.news	7.488	1.989	2018
8.	@lensalinggau	5.921	2.748	2019
9.	@linggautrending	3.828	202	2016
10.	@pesonalubuklinggau	3.470	166	2017

*Sumber: Diolah langsung oleh penulis (pada 4 November 2023)*

Dari tabel 1.1, terlihat bahwa akun Instagram @infolubuklinggau memiliki jumlah pengikut tertinggi di antara akun-akun yang memberikan informasi terkait kota Lubuklinggau dan sekitarnya. Selain menyajikan konten informatif, akun Instagram @infolubuklinggau juga sering membagikan keluhan, pengaduan, dan informasi kehilangan dari masyarakat. Respons terhadap masukan tersebut memberikan keunggulan bagi akun ini dibandingkan dengan akun sejenis lainnya. Selain itu, yang membedakan akun Instagram @infolubuklinggau dari akun serupa adalah kemampuannya mengunggah lebih

dari tiga postingan setiap hari. Tidak heran bahwa hingga saat ini, jumlah postingan pada akun ini telah melebihi 11 ribu postingan dan diperkirakan akan terus bertambah di masa mendatang.

Informasi yang komprehensif dan beragam konten yang dibagikan oleh akun Instagram @infolubuklinggau akan sangat bermanfaat bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi tentang aktivitas di kota Lubuklinggau dan sekitarnya. Hal ini menjadi dorongan bagi penulis untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Motif Penggunaan dan Kualitas Informasi Pada Akun Instagram @infolubuklinggau terhadap Kepuasan Pengguna dalam Memperoleh Informasi (Studi terhadap *Followers* Aktif Akun Instagram @infolubuklinggau).**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada penjelasan di latar belakang, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh Motif Penggunaan akun Instagram @infolubuklinggau terhadap Kepuasan Pengguna?
2. Seberapa besar pengaruh Kualitas Informasi pada akun Instagram @infolubuklinggau terhadap Kepuasan Pengguna?
3. Seberapa besar pengaruh Motif Penggunaan dan Kualitas Informasi pada akun Instagram @infolubuklinggau terhadap Kepuasan Pengguna?



### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji dan menjelaskan:

1. Pengaruh Motif Penggunaan pada akun Instagram @infolubuklinggau terhadap Kepuasan Pengguna.
2. Pengaruh Kualitas Informasi pada akun Instagram @infolubuklinggau terhadap Kepuasan Pengguna.
3. Pengaruh Motif Penggunaan dan Kualitas Informasi pada akun Instagram @infolubuklinggau terhadap Kepuasan Pengguna.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Adapun manfaat-manfaat dari penelitian ini adalah:

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam bidang ilmu sosial, terutama dalam ranah Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan media sosial, termasuk aspek Motif Penggunaan, Kualitas Informasi, dan Kepuasan Pengguna. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian serupa di masa mendatang.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, diharapkan penelitian ini dapat memperluas pengetahuan dan wawasan terkait Motif Penggunaan, Kualitas Informasi, serta Kepuasan Pengguna. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi pertimbangan dan masukan bagi berbagai pihak, terutama tim akun Instagram @infolubuklinggau.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Al-Menayes, J. J. (2015). Motivations for Using Social Media: An Exploratory Factor Analysis. *International Journal of Psychological Studies*, VII(1), 43-50. doi:<https://doi.org/10.5539/ijps.v7n1p43>
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Asemah, E. S. (2022). *Principles and Practice of Mass Communication*. Nigeria: Matkol Press.
- Bae, M. (2017). Understanding the Effect of the Discrepancy between Sought and Obtained Gratification on Social Networking Site Users' Satisfaction and Continuance Intention. *Computers in Human Behavior*, 1-56. doi:<https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.10.026>
- Buchanan, T. (2020). Why do People Spread False Information Online? The Effects of Message and Viewer Characteristics on Self-Reported Likelihood of Sharing Social Media Disinformation. *Plos One*, XV(10), 1-33. doi:<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0239666>
- Center, K. I., & Kominfo. (2020). *Status Literasi Digital Indonesia 2020*. Jakarta: Katadata Insight.
- Clairine, F., & Widayatmoko. (2019). Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram @sisilism terhadap Kepuasan Followers terkait Sex Education. *Koneksi*, III(1), 228-235.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.

- Ghozali, I., & Hengky, L. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Green, T. B., Hinds, J., & Joinson, A. (2021). Personality and Motives for Social Media Use when Physically Distanced: A Uses and Gratifications Approach. *Frontiers in Psychology*, *XII*, 1-14.  
doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.607948>
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A First Look at Communication Theory*. New York: Mc Graw Hill Education.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. California: Sage Publications.
- Hanifah, S. N. (2019). Motif Penggunaan Media (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Motif Penggunaan Akun Instagram Gosip oleh Follower di Kalangan Mahasiswa Universitas Sebelas Maret). 1-17.
- Hardianti, Hidayatullah, S., & Respati, H. (2021). Implementation of the DeLone and McLean Information System Success Models for Information System Based on Social Media. *International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT)*, *IX(2)*, 4361-4368.
- Hardisman. (2021). *Analisis Partial Least Square Structural Model*. Sleman: CV Bintang Surya Madani.

- Kemp, S. (2023, January 23). *The Changing World of Digital in 2023*. Retrieved from We Are Social: <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023-2/>
- Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram dengan Kemampuan Literasi Media di UPT Perpustakaan Itenas. *EduLib, VIII*(1), 1-17. doi:<https://doi.org/0.17509/edulib.v8i1.10208>
- Maulana, A. (2022). Analisis Validitas, Reliabilitas, dan Kelayakan Instrumen Penilaian Rasa Percaya Diri Siswa. *Jurnal Kualita Pendidikan, III*(3), 133-139.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ngalimun. (2016). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Ningrum, R. K., & Prihantoro, E. (2020). Pengaruh Intesitas dan Motif Penggunaan Media Instagram terhadap Kepuasan Mendapatkan Informasi Followers Akun @soloinfo. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi (JRMDK), II*(2), 60-67. doi:<http://dx.doi.org/10.24014/jrmdk.v2i3.10320>
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication, VIII*(1), 51-65.
- Puspita, N. A., & Samatan, N. (2022). Efektivitas Media Sosial Akun Instagram @detikcom dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Jurnal PIKMA: Publikasi Media dan Cinema, IV*(2), 112-117.
- Rakhmat, J. (2021). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Rakhmat, J., & Ibrahim, I. S. (2017). *Metode Penelitian Komunikasi dilengkapi Contoh Analisis Statistik dan Penafsirannya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rauniar, R., Rawski, G., Johnson, B., & Yang, J. (2013). Social Media User Satisfaction-Theory Development and Research Findings. *Journal of Internet Commerce*, *XII*(2), 195-224. doi:<http://dx.doi.org/10.1080/15332861.2013.817864>
- Rizal, R., & Adil, I. (2019, Mei 19). *Pengukuran Skala Indeks*. Retrieved Februari 23, 2024, from Slideshare a Scribd Company: <https://www.slideshare.net/Hafizah2/8pengukuran-skala-indek>
- Rohman, M. A. (2020, November 8). *Uji Validitas dan Reliabilitas: Pentingnya dalam Penelitian*. Diambil kembali dari Sekolah Stata: <https://sekolahstata.com/uji-validitas-dan-reliabilitas-pentingnya-dalam-penelitian/>
- Sadali, A. A., Antara, N. S., & Ketut, S. I. (2023). Pagaruh Kualitas Pelayanan dan Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen pada Tigapagi Coffee & Space di Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, *XI*(2), 197-207.
- Safriana, S., & Samatan, N. (2021). Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial dan Kualitas Informasi Akun Instagram @indozone.id terhadap Kepuasan Followers Generasi Z dalam Memperoleh Informasi. *Jurnal Komunikasi dan Media*, *II*(1), 17-25. doi:<https://doi.org/10.24167/jkm.v2i1.3601>

- Salsabila, D., Yudhapramesti, P., & Bakry, G. N. (2023). Motif Khalayak dalam Mengakses Konten Berita di Instagram Reels @narasinewsroom. *Jurnal Komunikasi Global*, *XII*(1), 168-189.
- Satyadarma, M. F., & Syamsudin. (2023). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna E-Learning di Perguruan Tinggi. *Bulletin of Educational Management and Innovation*, *I*(1), 37-50.
- Sinaga, K., Junaidi, Saragi, S., & Batoebara, M. U. (2019). Pelatihan Meminimalisir Efek Hoaks Media Sosial di Desa Namo Sialang Kec. Batang Serangan Kab. Langkat - Sumut. *Jurnal Network Media*, *II*(1), 1-16.
- Sudimanto, K., C. P., & Christian, M. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Keamanan Privasi, Kualitas Sistem, serta Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Pedulilindungi. *Media Informatika*, *XXI*(3), 211-220.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (1986). *Metode Riset dan Aplikasinya dalam Pemasaran*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, *V*(2), 118-133.  
doi:<https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>

- Usman, H., & Akbar, P. S. (2003). *Pengantar Statistika*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Utomo, L. T., Ardianto, Y. T., & Sisharini, N. (2017). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik Universitas Merdeka Malang. *Jurnal Teknologi & Manajemen Informatika*, *III*(2), 149-160.  
doi:<https://doi.org/10.26905/jtmi.v3i2.1425>
- West, R., & Turner, L. H. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wilianti, C., & Oktavianti, R. (2019). Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Followers @pluffyschoice). *Prologia*, *III*(1), 47-53.
- Winarso, H. P. (2005). *Sosialogi Komunikasi Massa*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.