

**ANALISIS PENGARUH KONTEN POSTINGAN TERHADAP
SOCIETY ENGAGEMENT PADA INSTAGRAM
DINAS PARIWISATA KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI

Program Studi Sistem Informasi

Jenjang Sarjana



Oleh

Liwinantia Salsabilah

NIM 09031181924028

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2022

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH KONTEN POSTINGAN TERHADAP

SOCIETY ENGAGEMENT PADA INSTAGRAM

DINAS PARIWISATA KOTA PALEMBANG

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi

di program studi Sistem Informasi SI

Oleh :

Liwinantia Salsabilah

09031181924028

Indralaya, Desember 2022

Mengetahui,
Ketua Jurusan Sistem Informasi



Endang Lestari Ruskan, M.T
NIP 197811172006042001

Pembimbing

Apriansyah Putra, S.Kom., M.Kom
NIP 197704082009121001

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Liwinantia Salsabilah

NIM : 09031181924028

Program Studi : Sistem Informasi Reguler

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Konten Postingan terhadap Society Engagement pada Instagram Dinas Pariwisata Kota Palembang

Hasil Pengecekan iThenticate/Turnitin : 12%

Menyatakan bahwa laporan skripsi saya merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan penjiplakan/plagiat. Apabila ditemukan unsur penjiplakan/plagiat dalam laporan skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada paksaan oleh siapapun.



NIM. 09031181924028

HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 28 Desember 2022

Nama : Liwinantia Salsabilah

NIM : 09031181924028

Judul : Analisis Pengaruh Konten Postingan terhadap *Society Engagement* pada Instagram Dinas Pariwisata Kota Palembang

Tim Penguji :

1. Pembimbing : Apriansyah Putra, M.Kom.
2. Ketua Penguji : Dr. Ali Ibrahim, M.T.
3. Penguji 1 : Endang Lestari, M.T.
4. Penguji 2 : Ari Wedhasmara, M.TI.



Mengetahui.

Ketua Jurusan Sistem Informasi



Endang Lestari Ruskan, M.T.

NIP 197811172006042001

HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO

“it will pass. do it, maximize it, accept it.”

-liwi

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

“Diri saya sendiri, Liwinantia Salsabilah atas segala usaha dalam menyelesaikan tugas akhir ini.”

“Bunda tercintak didunia, yang telah mengisi dunia saya dengan begitu banyak kebahagiaan, cinta kasih, doa, dan dukungan yang selalu diberikan. Pencapaian ini adalah persembahan istimewa saya untuk Bunda. Terima kasih telah menjadi orang tua yang sangat sempurna.”

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir berjudul "Analisis Konten Postingan terhadap Society Engagement pada Instagram Dinas Pariwisata Kota Palembang" dengan baik dan sesuai dengan tenggat waktu yang ditargetkan.

Selama proses penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan dari beberapa pihak yang berharga dan berkesan bagi penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih, kepada :

1. Allah SWT, tempat kembali, sumber pemberi solusi terbaik, serta pemberi aksi nyata atas pertolongan-Nya dan kemudahan-Nya terhadap semua proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
2. Bunda yang dalam diamnya telah cukup memberi Penulis semangat serta doa yang tersembunyi disetiap kesempatan Beliau.
3. Mbak Aurny, Mbah Uti, dan Nde yang telah mengerti bagaimana harus memposisikan terhadap Penulis, termasuk pada proses pengerjaan Laporan Tugas Akhir.
4. Bapak Jaidan Jauhari, M.T selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
5. Ibu Endang Lestari Ruskan, M.T selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya

6. Bapak Apriansyah Putra, M.Kom, Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang selalu memberi semangat melalui rangkulan, kebaikan, serta bimbingan yang dibagikan beliau sehingga Penulis merasa beruntung atas peran yang Beliau berikan.
7. Seluruh Pegawai Dinas Pariwisata Kota Palembang yang telah terbuka memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian Tugas Akhir ini.
8. Kak Angga selaku Admin Program Studi Sistem Informasi Reguler yang telah berbesar hati untuk membantu proses penyelesaian Tugas Akhir.
9. Seluruh Dosen Pembahas dan Penguji yang telah memberikan pencerahan terhadap kualitas dari Tugas Akhir Penulis.
10. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya yang telah memberikan referensi dan pencerahan terhadap Tugas Akhir yang telah diselesaikan.
11. Muhammad Isra Al Hadi, moodbooster terbaik dalam menghadapi masalah perkuliahan dan yang telah tulus memberikan kemampuan, waktu, dan pemikiran untuk proses Kehidupan Penulis termasuk semua proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
12. Kimi Kucing terbaik yang telah memberikan senyuman dalam semua situasi yang dihadapi oleh Penulis, semoga akan selalu seperti itu serta akan hidup dan sehat selalu bersama Penulis baik di Dunia maupun di Akhirat.
13. BEM KM Fasilkom Unsri Kabinet Surya Laksana, Kakak-kakak, Teman-teman BPH, Staff Seni dan Budaya Kabinet Lentera Karya ,

dan Kabinet Askara Akasia yang telah memberikan warna-warni dalam dunia perkuliahan Penulis yang awalnya hanya satu warna.

14. Fatimah Fans Club, Say It Louder, aca, jihan, rezka, pais, pipit, anabel, juwi, dan anin yang selalu ada pada proses perkuliahan melalui bantuan dan candaan yang diberikan kepada Penulis.

15. Teman-teman seperjuangan SI REG A 2019 yang selalu membantu Penulis untuk melewati masa perkuliahan.

Akhir kata, Penulis menyadari atas ketidaksempurnaan dari Tugas Akhir ini. Sehingga Penulis mengharapkan dan membuka diri untuk menerima saran dan masukan yang bersifat membangun agar lebih baik lagi dikemudian hari.

Palembang, Desember 2022

Penulis,



Liwinantia Salsabilah

NIM.09031181924028

ANALISIS PENGARUH KONTEN POSTINGAN TERHADAP

***SOCIETY ENGAGEMENT* PADA INSTAGRAM**

DINAS PARIWISATA KOTA PALEMBANG

Oleh

Liwinantia Salsabilah

09031181924028

ABSTRAK

Instagram yang memiliki pengguna terbanyak dan hampir semua stakeholder termasuk pemerintah menggunakannya untuk menjalin hubungan dengan masyarakat, dinilai memiliki pengaruh terhadap perkembangan pariwisata di Indonesia, jika publikasi informasi melalui konten dapat berjalan optimal. Dinas Pariwisata Kota Palembang (@pariwisata.palembang) merupakan salah satu Instansi Pemerintah yang menggunakan instagram untuk mendukung perkembangan pariwisata di Indonesia. Namun hal itu tidak maksimal dikarenakan beberapa konten yang dipublikasi belum memiliki society engagement (like dan comments) yang tinggi. Sehingga, perlu diketahui apakah konten tersebut memiliki pengaruh terhadap society engagement. Dan diketahui pengaruh Society Engagement dalam kualitas konten. Dan faktor yang seperti apa yang memiliki Society Engagement yang tinggi sehingga berguna untuk meningkatkan kualitas konten tersebut. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner online dengan jumlah sampel 109 responden yang populasi berasal dari followers akun Instagram @pariwisata.palembang. Analisis Data yang didapatkan menggunakan tools SmartPLS, dan melalui tahap content validity oleh 5 expert, melakukan penyebaran serta perhitungan pilot test terhadap 30 responden, selanjutnya pengujian responden dengan jumlah yang lebih besar sebanyak 109 responden yaitu tahap outer model (discriminant validity dan convergency validity) dan inner model (r-square dan path coefficient). Hasil yang didapatkan dari penelitian ini yaitu, Faktor Connection yang merupakan indikator dari Konten Instagram mempengaruhi Society Engagement. Faktor Context, Communication, dan Collaboration tidak memiliki pengaruh terhadap Society Engagement, sedangkan Faktor Connection yang memiliki pengaruh terhadap Society Engagement.

Kata Kunci : Konten Instagram, Society Engagement.

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF POST CONTENT ON

SOCIETY ENGAGEMENT ON INSTAGRAM

PALEMBANG CITY TOURISM DEPARTEMENT

By

Liwinantia Salsabilah

09031181924028

ABSTRACT

Instagram, which has the most users and almost all stakeholders including the government use it to build relationships with the community, is considered to have an influence on the development of tourism in Indonesia, if the publication of information through content can run optimally. Palembang City Tourism Office (@pariwisata.palembang) is a government agency that uses Instagram to support tourism development in Indonesia. However, this is not optimal because some published content does not yet have high community engagement (likes and comments). So, it is necessary to know whether the content has an influence on society engagement. And it is known that the influence of Society Engagement on the quality of the content. And what factors have high Society Engagement so that they are useful for improving the quality of the content. This study used a quantitative analysis method by collecting data through distributing online questionnaires with a sample of 109 respondents whose population came from followers of the Instagram account @pariwisata.palembang. Analysis of the data obtained using SmartPLS tools, and through the content validity stage by 5 experts, carried out distribution and pilot test calculations on 30 respondents, then testing respondents with a larger number of 109 respondents, namely the outer model stage (discriminant validity and convergence validity) and inner model (r-square and path coefficient). The results obtained from this study are the Connection Factor which is an indicator of Instagram content affecting Society Engagement. The Context, Communication, and Collaboration factors have no influence on Society Engagement, while the Connection Factor has an influence on Society Engagement.

Keywords: *Instagram Content, Society Engagement.*

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------------------------------|
| LEMBAR PENGESAHAN | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. |
| HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. |
| HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO | IV |
| KATA PENGANTAR..... | V |
| ABSTRAK | VIII |
| DAFTAR ISI..... | X |
| DAFTAR TABEL | XII |
| DAFTAR GAMBAR..... | XIII |
| DAFTAR LAMPIRAN | XV |
| BAB 1 | 1 |
| 1.1 LATAR BELAKANG | 1 |
| 1.2 RUMUSAN MASALAH | 4 |
| 1.3 TUJUAN PENELITIAN | 4 |
| 1.4 MANFAAT PENELITIAN | 4 |
| 1.5 BATASAN MASALAH | 5 |
| BAB II | 6 |
| 2.1 PROFIL DINAS PARIWISATA KOTA PALEMBANG..... | 6 |
| 2.2 KONTEN <i>POST</i> INSTAGRAM..... | 10 |
| 2.3 <i>SOCIETY ENGAGEMENT</i> | 11 |
| 2.4 PENELITIAN SEBELUMNYA | 12 |
| 2.5 POPULASI DAN SAMPEL | 24 |
| 2.6 MENENTUKAN UKURAN SAMPEL | 25 |
| 2.7 SKALA LIKERT | 26 |
| 2.8 TEKNIK ANALISIS DATA..... | 27 |
| 2.9 PENGUJIAN HIPOTESIS | 30 |
| BAB III..... | 31 |
| 3.1 TAHAPAN PENELITIAN..... | 31 |
| 3.2 OBJEK PENELITIAN | 32 |
| 3.3 JENIS PENELITIAN..... | 32 |
| 3.4 HIPOTESIS PENELITIAN | 32 |
| 3.5 PENGUMPULAN DATA | 34 |
| 3.6 POPULASI DAN SAMPEL | 41 |
| 3.7 <i>CONTENT VALIDITY</i> | 42 |
| 3.8 <i>PILOT TEST</i> | 49 |

| | | |
|-----------------------|---|-----------|
| 3.9 | ANALISIS DATA..... | 50 |
| BAB IV | | 51 |
| 4.1 | ALUR PENELITIAN | 51 |
| 4.2 | HASIL PERHITUNGAN <i>CONTENT VALIDITY</i> | 52 |
| 4.3 | HASIL PERHITUNGAN <i>PILOT TEST</i> | 58 |
| 4.4 | HASIL PENGUMPULAN DATA..... | 62 |
| 4.5 | DISTRIBUSI FREKUENSI RESPONDEN | 62 |
| 4.6 | ANALISIS DATA..... | 63 |
| BAB V | | 72 |
| 5.1 | KESIMPULAN | 72 |
| 5.2 | SARAN..... | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 74 |
| A. | LAMPIRAN A | A-1 |
| B. | LAMPIRAN B | B-1 |
| C. | LAMPIRAN C | C-1 |
| D. | LAMPIRAN D | D-1 |
| E. | LAMPIRAN E..... | E-1 |
| F. | LAMPIRAN F..... | F-1 |
| G. | LAMPIRAN G | G-1 |
| H. | LAMPIRAN H..... | H-1 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya | 12 |
| Tabel 2. 2 Skala Likert | 27 |
| Tabel 2. 3 Kriteria Penilaian Evaluasi Inner Model | 29 |
| Tabel 3. 1 Instrumen Pernyataan Kuisisioner | 34 |
| Tabel 3. 2 Content Validity | 42 |
| Tabel 4. 1 Hasil Perbaikan Pernyataan Content Validity | 54 |
| Tabel 4. 2 Validitas Pilot Test Bagian Convergency Validity | 59 |
| Tabel 4. 3 Validitas Pilot Test Bagian Discriminant Validity..... | 60 |
| Tabel 4. 4 Reabilitas Pilot Test | 61 |
| Tabel 4. 5 Nilai Outer Loading..... | 65 |
| Tabel 4. 6 Hasil Keterangan dari Pengujian Outer Loading | 65 |
| Tabel 4. 7 Nilai Cross Loading..... | 67 |
| Tabel 4. 8 Composite Reliability..... | 68 |
| Tabel 4. 9 Nilai R-Square..... | 69 |
| Tabel 4. 10 Hasil Path Coefficient | 70 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2. 1 Misi Dinas Pariwisata | 9 |
| Gambar 2. 2 Logo Dinas Pariwisata Kota Palembang | 9 |
| Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian..... | 31 |
| Gambar 3. 2 Hipotesis Penelitian | 33 |
| Gambar 4. 1 Content Validity..... | 53 |
| Gambar 4. 2 Uji Outer Model Pilot Test | 59 |
| Gambar 4. 3 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin | 62 |
| Gambar 4. 4 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pekerjaan | 63 |
| Gambar 4. 5 Uji Outer Model SmartPLS3 | 64 |
| Gambar 4. 6 Hasil Path Coefficient..... | 70 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|------------|
| Lampiran A Data Instagram yang akan diteliti..... | A-1 |
| Lampiran B Surat Penelitian dari Dinas Pariwisata Kota Palembang..... | B-1 |
| Lampiran C Surat Izin Penelitian dari KESBANGPOL Kota Palembang..... | C-1 |
| Lampiran D Kuesioner Penelitian..... | D-1 |
| Lampiran E Data Responden | E-1 |
| Lampiran F Hasil Pengecekan Software Ithenticate/Turniti..... | F-1 |
| Lampiran G Form Revisi Skripsi..... | G-1 |
| Lampiran H Kartu Konsultasi..... | H-1 |

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada Era ini, Media Sosial merupakan salah satu faktor utama yang memiliki peran penting dalam beberapa aspek kehidupan seperti, ekonomi, budaya, alat pemasaran, alat kolaboratif, maupun alat untuk menambah bank pengetahuan. Media Sosial dapat dikatakan sebagai Forum Baru yang menciptakan sebuah kolaborasi, diskusi, serta mobilisasi untuk mencapai tujuan, mencari acuan, dan menawarkan bimbingan (Amedi, 2015). Perkembangan Pengguna Media Sosial di Indonesia berbanding lurus dengan Peningkatan jumlah pengguna Internet. Yang mana, menurut data yang dikeluarkan oleh *We Are Social*, hal tersebut mengalami peningkatan sebesar 7,9 persen setiap tahunnya. Sehingga tidak bisa dipungkiri jika Indonesia memiliki potensi menjadi Negara dengan Pasar Digital (Mujahiddin, 2017). Salah satu Media Sosial yang memiliki pengguna terbanyak dengan jumlah 89 persen dengan pengaksesan setidaknya seminggu sekali Menurut TNS (Perusahaan Riset dan Analisis dari Inggris) yaitu Instagram. Pengguna Media Sosial di Indonesia mengakses Instagram untuk berbisnis, mencari informasi, komunitas mobile first, sampai dengan menambah bank informasi yang lebih detail (Prihatiningsih, 2017).

Maka dari itu, tidak bisa dipungkiri bahwa beberapa stakeholder termasuk Instansi Pemerintahan menggunakan Media Sosial khususnya Instagram

sebagai media berkomunikasi dengan *Citizen* (masyarakat). Pada penelitian terdahulu mengatakan bahwa Pemerintah juga menjadikan media sosial sebagai peningkatan pelayanan terhadap masyarakat. Dalam lingkup Global, Negara-negara maju seperti Amerika, Eropa, dan Timur Tengah menampilkan hasil positif ketika Pemerintahnya menggunakan Instagram, karena masyarakatnya telah menggunakan Media sosial secara maksimal sebagai komunikasi dengan pemerintah. Di Indonesia, hampir semua lembaga pemerintahan perlahan telah memiliki akun Instagram untuk berkomunikasi dengan masyarakat, karena Media Sosial khususnya Instagram dinilai alternatif yang benar untuk penyebaran informasi semakin meluas disemua kalangan (Suryadharma & Susanto, 2017). Bahkan, Instagram dikatakan memiliki tautan erat dengan Perkembangan Pariwisata di Indonesia. Hal ini didukung jika publikasi informasi berupa konten yang merupakan peran penting dari perkembangan pariwisata di Indonesia, dapat tersampaikan secara optimal (Suriyah et al., 2017). Informasi tersebut dikemas melalui sebuah Konten yang *dipost* berupa foto/video untuk penyebaran Informasi.

Dinas Pariwisata Kota Palembang (@pariwisata.palembang) merupakan salah satu Instansi Kementrian Pariwisata Daerah yang menggunakan Instagram sebagai alat komunikasi dan penyebaran Informasi. Informasi tersebut disampaikan melalui fitur posting yang disediakan oleh Instagram. Konten-konten menarik dari Informasi yang akan disampaikan terdiri dari beberapa jenis informasi meliputi, informasi kegiatan politik, informasi pemerintahan, informasi sosial, informasi individu, dan lainnya (Ermawelis,

2018). Namun, dengan publikasi informasi berupa konten yang merupakan salah satu pendukung eratnya kaitan pariwisata dan Indonesia, ditemukan partisipasi Masyarakat terhadap Media Sosial (Instagram) Pemerintah masih ternilai rendah (Suryadharma & Susanto, 2017). Setelah melakukan tahap observasi awal, didapatkan hasil bahwa akun Instagram milik Dinas Pariwisata Kota Palembang juga memiliki Partisipasi Masyarakat yang tidak maksimal pada beberapa postingan. Partisipasi Masyarakat pada Media Sosial disebut *Society Engagement*. *Society Engagement* pada Postingan di Instagram dapat diukur dengan melihat Keterlibatan Masyarakat melakukan 3 Dimensi pendukung, yaitu *Consumption* (Konsumsi), *Collaboration* (Kolaborasi), dan *Creation* (Kreasi) (Sulistiyono & Jakaria, 2022). Dengan adanya kerendahan tingkat keterlibatan masyarakat terhadap Instagram Pemerintah, maka perlu diketahui akankah Informasi yang disampaikan lalu dikemas melalui Konten yang di *post* merupakan salah satu pengaruh terhadap *Society Engagement*.

Penelitian-penelitian terdahulu telah membahas mengenai pentingnya Konten *Post* terhadap Partisipasi Masyarakat. Ditemukan bahwa Konten *post* dapat memberikan dampak terhadap metrik Instagram (*like*, *comment*, & *view*) (Coelho, Oliveira, & Almeida, 2016). Maka dari itu, Penulis akan melakukan **Analisis Pengaruh Konten *Post* terhadap *Society Engagement* dari Akun Instagram Dinas Pariwisata Kota Palembang (@pariwisata.palembang)**, agar ditemukanya pengaruh Konten *Post* terhadap *Society Engagement* pada akun Instagram Dinas Pariwisata Kota

Palembang, hal ini berguna untuk mengetahui kualitas Konten *Post* yang memiliki tingkat *engagement* yang tinggi dari Masyarakat pada akun Instagram Pariwisata Kota Palembang.

1.2 Rumusan Masalah

Dari Latar Belakang yang telah dibahas, masalah yang diangkat yaitu *Society Engagement* terhadap Instagram Pemerintah ternilai rendah dan pengaruh Konten Postingan terhadap *Society Engagement*. Maka perumusan masalah dari penelitian ini yaitu Apakah Konten *Post* itu mempengaruhi *Society Engagement* terhadap akun Instagram Dinas Pariwisata Palembang serta Faktor-faktor Konten yang seperti apa yang dapat mempengaruhi *Society Engagement*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis Pengaruh Konten *Post* terhadap *Society Engagement* Akun Instagram Dinas Pariwisata Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui Faktor-faktor dari Konten *Post* Instagram yang memiliki tingkat *Society Engagement* yang tinggi.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari dilakukannya penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan bank pengetahuan terhadap faktor seperti apa yang memiliki tingkat *Society Engagement* yang tinggi. Sehingga dari segi pemanajerial dapat memposisikan sebagai orang yang menerima informasi (Masyarakat), agar dapat mengetahui faktor yang menarik/dibutuhkan oleh Masyarakat.

2. Manfaat Praktis

Manfaat Praktis dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan Instansi Pemerintah yang lain, untuk merealisasikan Strategi Instagram yang efektif untuk peningkatan *Society Engagement*.

1.5 Batasan Masalah

Batasan yang berlaku pada Penelitian ini, yaitu :

1. Objek Penelitian yang digunakan adalah Instagram Dinas Pariwisata Kota Palembang, yaitu @pariwisata.palembang.
2. Data yang digunakan dalam penelitian ini, diambil dari Data hasil Kuesioner yang akan disebarkan kepada *Followers* Akun Instagram @pariwisata.palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfianty, U., Sulistiyawati., & Santoso. (2018). Pengaruh Pemberian Edukasi tentang Stimulasi Tumbuh Kembang balita terhadap Pengetahuan Ibu di Community Feeding Center di Wilayah Kerja Puskesmas Sedayu. *Jurnal Universitas Alma Ata*. Yogyakarta. 1-15
- Amedi, Y. (2015). *Dampak Media Sosial pada Masyarakat Persimpangan Budaya Pop Dampak Media Sosial pada Masyarakat Oleh Jacob Amedie , Universitas Santa Clara Guru : Profesor Hendricks.*
- Effendy, J. A., & Keitaro, K. (2021). *the Effect of Instagram Content Towards Intention To Visit Uc _ Ibmc With Online Engagement As. 2021(3), 767–776.*
- Ermawelis, E. (2018). Teknologi Informasi untuk Perpustakaan, Pusat Dokumentasi dan Informasi. *AL MUNIR : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 1*, 11–18.
<https://doi.org/10.15548/amj-kpi.v0i1.5>
- Fakultas Ekonomi, H. (2017). Validitas Isi: Tahap Awal Pengembangan Kuesioner. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 2(2)*, 169–178.
- Gani, N. I. A., Rathakrishnan, M., & Krishnasamy, H. N. (2020). A pilot test for establishing validity and reliability of qualitative interview in the blended learning English proficiency course. *Journal of Critical Reviews, 7(5)*, 140–143.
<https://doi.org/10.31838/jcr.07.05.23>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. (2012). An assessment of the

use of partial least squares structural equation modeling in marketing research.

Journal of the Academy of Marketing Science, 40(3), 414–433.

<https://doi.org/10.1007/s11747-011-0261-6>

Komala, R. D. (2017). Jurnal Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom. *Jurnal Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom*, 3(2), 330–337.

Mujahiddin, M. S. H. (2017). Model Penggunaan Media Sosial. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1, 142–155.

<https://doi.org/10.30596/interaksi.v1i2.1200>

Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Communication*, 8(1), 51. <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>

Sulistiyono, A., & Jakaria, J. (2022). Analisis Pengaruh Social Media Engagement Terhadap Relationship Quality Yang Dimediasi Oleh Faktor – Faktor Relationship Management. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 53. <https://doi.org/10.35906/equili.v11i1.987>

Surijah, E. A., Kirana, C. T., Wahyuni, N. P. J. D., Yudi, C., & Astini, N. K. B. (2017). Membedah Instagram: Analisis Isi Media Sosial Pariwisata Bali. *Intuisi : Jurnal Psikologi Ilmiah*, 9(1), 1–17.

Suryadharma, B., & Susanto, T. D. (2017). Faktor Penerimaan Media Sosial Instansi Pemerintah di Indonesia. *Information Technology*, 2, 1–10.
<http://ejurnal.itats.ac.id/index.php/integer/article/view/174>

Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1994). Influence of experience on personal computer utilization: Testing a conceptual model. *Journal of Management Information Systems*, *11*(1), 167–187.
<https://doi.org/10.1080/07421222.1994.11518035>