Synergy: Journal of Collaborative Sciences
Vol. 1, No. 1, 2025
e-ISSN: _____ (online)
https://sinesia.org/index.php/Synergy/index

Hubungan Perilaku Penggunaan Instagram @Dprd.Jawabarat Dengan Kepuasan Mahasiswa Dalam Menilai Konten Informasi Sosial Politik

The Relationship Between Instagram Usage Behavior @Dprd.Jawabarat With Student Satisfaction In Assessing Socio-Political Information Content

Olga Prima Utama, Trie Damayanti[2], Aang Koswara[3]
olga21002@mail.unpad.ac.id
Universitas Padjajaran, Indonesia

Info Article
|Submitted: 3 June 2025 **|Revised**: 27 June 2025 **|Accepted**: 1 July 2025
How to Cite : Olga Prima Utama, etc., "Hubungan Perilaku Penggunaan Instagram @Dprd.Jawabarat Dengan Kepuasan Mahasiswa Dalam Menilai Konten Informasi Sosial Politik", *Synergy: Journal of Collaborative Sciences*, Vol. 1, No. 1, 2025, P. 67-99.

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between the behavior of using Instagram @dprd.jawabarat and student satisfaction in assessing social and political information content. Instagram, as a social media platform, is utilized by students to access political information from public institutions such as the West Java Provincial Parliament (DPRD). Students have cognitive and affective information needs that drive their engagement with the content. This research employs a quantitative approach with a correlational method. The research sample consists of active students from the Faculty of Communication Sciences and the Faculty of Law at Islamic University of Bandung, as well as the Faculty of Social and Political Sciences and the Faculty of Law at Pasundan University, who use Instagram as a source of information, selected through probability sampling techniques. Data collection was conducted through questionnaires and analyzed using the Spearman Rank correlation test. The results indicate a significant positive relationship between Instagram usage behavior, which includes frequency, duration, and types of interaction, and student satisfaction in assessing information content. The higher the intensity of using Instagram @dprd.jawabarat, the higher the level of student satisfaction with the quality of the displayed content. This study emphasizes the importance of optimizing social media content from public institutions in delivering informative, clear, and relevant information to the younger generation. These findings can serve as a basis for evaluating the digital communication strategies of the West Java Provincial Parliament to build a more positive perception among students.

Keyword: *Instagram, media usage behavior, information satisfaction, students*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara perilaku penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kepuasan mahasiswa dalam menilai konten informasi sosial politik. Instagram sebagai media sosial dimanfaatkan mahasiswa untuk mengakses informasi politik dari lembaga publik seperti DPRD Provinsi Jawa Barat. Mahasiswa memiliki kebutuhan informasi bersifat kognitif dan afektif yang mendorong keterlibatan terhadap konten. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional. Sampel penelitian adalah mahasiswa aktif di Fakultas Ilmu Komunikasi dan Fakultas Ilmu Hukum Univeristas Islam Bandung, serta Fakultas Ilmu Sosial dan Politik dan Fakultas Ilmu Hukum Univeristas Pasundan, yang menggunakan Instagram sebagai sumber informasi, dengan teknik probability sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji korelasi Spearman Rank. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara perilaku penggunaan Instagram yang meliputi frekuensi, durasi, dan jenis interaksi dengan kepuasan mahasiswa dalam menilai konten informasi. Semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram @dprd.jawabarat, semakin tinggi juga tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas konten yang ditampilkan. Penelitian ini menegaskan pentingnya optimalisasi konten media sosial lembaga publik dalam menyampaikan informasi yang informatif, jelas, dan relevan bagi generasi muda. Temuan ini dapat menjadi dasar evaluasi strategi komunikasi digital DPRD Provinsi Jawa Barat untuk membangun persepsi yang lebih positif di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci: *Instagram, perilaku penggunaan media, kepuasan informasi, mahasiswa*

This work is licensed under CC BY-SA 4.0

Pendahuluan

Media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat di era digital saat ini. Platform-platform seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan Tikok kini digunakan tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana berbagi informasi, berkolaborasi, dan mengekspresikan diri. Masyarakat baik muda maupun tua, semakin tergantung pada media sosial untuk terhubung dengan orang lain, mengikuti berita, hingga melakukan kegiatan bisnis dan pemasaran. Kehadiran media sosial telah mengubah cara manusia berinteraksi, mempercepat penyebaran informasi, serta membuka ruang bagi partisipasi publik dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari sosial, politik, hingga budaya. Sebagai hasilnya, media sosial bukan lagi sekadar platform digital, tetapi sudah menjadi bagian penting dari ekosistem kehidupan sehari-hari masyarakat modern (Cahyono, 2016).

Salah satu kelompok yang paling aktif dalam memanfaatkan media sosial adalah mahasiswa. Mahasiswa ini semakin bergantung pada platform digital untuk mengakses informasi, baik yang bersifat akademik, sosial, maupun politiik. Tren peningkatan aktivitas mahasiswa di media sosial menunjukkan bahwa mahasiswa semakin selektif dalam mencari informasi serta aktif dalam membangun opini melalui berbagai bentuk interaksi digital. Mahasiswa tidak hanya berperan sebagai konsumen informasi, tetapi juga sebagai produsen konten yang membagikan opini, analisis, dan kritik terhadap berbagai isu yang berkembang.

Dalam partisipasi politik mahasiswa, teori *uses and gratification* sangat relavan karena memandang individu sebagai pelaku yang turut berkontribusi dalam perubahan sosial. Mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pengamat, tetapi juga sebagai pelaku aktif dalam berbagai kegiatan politik, mulai dari diskusi di media sosial, kritik tertulis, hingga aksi demonstrasi. Teori ini menekankan bahwa mahasiswa secara aktif memanfaatkan media untuk memenuhi kebutuhan kognitif, yakni memperoleh informasi yang akurat dan relevan terkait kebijakan dan kegiatan politik.

Kesadaran politik menjadi sangat penting bagi mahasiswa terutama di Jawa Barat, di mana akses terhadap informasi politik yang akurat dapat mendorong mahasiswa atau anak muda untuk terlibat dalam proses politik, baik di kampus maupun di tingkat provinsi. Maka, akan sangat membantu bagi mahasiswa atau anak muda untuk memperoleh informasi tentang politik. Media sosial terutama Instagram telah menjadi platform utama yang mendukung keterlibatan ini, seperti Instagram @dprd.jawabarat yang memainkan peran penting dalam menyediakan informasi yang mudah diakses. Namun, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi, tetapi juga sebagai sarana yang memenuhi berbagai kebutuhan mahasiswa dalam keterlibatan politik. Mahasiswa yang mengetahui

Instagram @dprd.jawabarat untuk memenuhi kebutuhan kognitif, yaitu mendapatkan informasi yang relevan tentang kebijakan dan kegiatan DPRD Provinsi Jawa Barat misalnya kegiatan Perda (peraturan daerah) dan Reses. Informasi yang mahasiswa peroleh melalui platform ini membantu mahasiswa lebih memahami dinamika politik dan peran DPRD Provinsi Jawa Barat.

Selain itu, kebutuhan afektif mahasiswa juga terpenuhi melalui konten visual yang menarik dan informatif. Ketika mahasiswa melihat aksi DPRD yang mendengarkan aspirasi atau berinteraksi langsung dengan publik, mahasiswa akan merasakan kepuasan emosional, yang memperkuat hubungan emosional dengan DPRD Provinsi Jawa Barat. Konten-konten ini tidak hanya informatif, tetapi juga memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi mahasiswa. Misalnya, ketika melihat DPRD Provinsi Jawa Barat mendengarkan aspirasi atau terlibat langsung dalam kegiatan yang bermanfaat, hal tersebut bisa menimbulkan rasa puas, bangga, senang atau bahkan motivasi. Emosi-emosi ini memperkuat keterikatan mahasiswa dengan DPRD Provinsi Jawa Barat, sehingga mahasiswa merasa lebih dekat dan terlibat dalam proses politik.

Anwar & Jan (2010) menggemukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran politik mahasiswa dan mendorong partisipasi mahasiswa. Instagram @dprd.jawabarat misalnya, telah membuat mahasiswa rentan terhadap kesadaran politik dan partisipasi secara online dalam politik yang secara praktis dimungkinkan oleh internet. Dengan begitu, platform ini memungkinkan mahasiswa yang sebelumnya mungkin tidak tertarik pada politik, kini sudah mulai ikut serta dalam percakapan publik dengan teman, keluarga, dan dosen tentang isu-isu yang terkait dengan politik.

Advokasi Gutman (2020) dalam Badaru & Adu menyatakan bahwa mahasiswa harus diberi kesempatan untuk mengambil bagian dalam perumusan kebijakan dan keputusan yang berkaitan dengan urusan mahasiswa atau anak muda untuk membangun efikasi diri mahasiswa serta mendorong keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan politik secara aktif. Melalui Instagram, DPRD Provinsi Jawa Barat menyediakan ruang bagi mahasiswa untuk memahami dan terlibat dalam proses demokrasi, sehingga membentuk penilaian informasi sebagai sumber yang transparan dan dapat dipercaya. Informasi yang disajikan di platform ini memiliki peran penting dalam memperluas pemahaman politik di kalangan mahasiswa dan mendorong untuk lebih aktif dalam kegiatan politik. Meskipun mahasiswa mengakses informasi tentang kegiatan DPRD Provinsi Jawa Barat melalui akun Instagram @dprd.jawabarat sebagai salah satu sumber informasi politik. Namun, pengelolaan media sosial ini masih mengalami keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang mengelola konten dan komunikasi di akun Instagaram @dprd.jawabarat tersebut (pra-research, 2024). Keterbatasan ini berdampak pada frekuensi dan kualitas penyajian konten informasi, sehingga

interaksi antara audiens dengan akun Instagram @dprd.jawabarat menjadi terbatas dan belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan kognitif dan kebutuhan afektif mahasiswa terhadap informasi politik yang diunggah. Kondisi ini memunculkan pertanyaan mengenai bagaimana perilaku penggunaan Instagram @dprd.jawabarat berhubungan dengan tingkat kepuasan mahasiswa dalam menilai konten informasi sosial politik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara perilaku penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kepuasan mahasiswa.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metodologi deskriptif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin menguji hubungan antar variabel secara terukur dan objektif. Metodologi deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, yaitu hubungan antara perilaku penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kepuasan mahasiswa dalam menilai konten informasi politik. Penelitian ini tidak bertujuan untuk menguji pengaruh secara kausal, melainkan untuk memperoleh gambaran mengenai pola hubungan antar variabel berdasarkan data yang diperoleh dari responden.

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode survei. Menurut Earl Babbie (1986), metode survei adalah metode penelitian di mana data dikumpulkan melalui kuesioner dari responden yang terpilih. Teknik ini sering digunakan dalam penelitian kuantitatif karena memungkinkan pengumpulan data dari sejumlah responden yang cukup besar dan representatif dalam waktu yang relatif singkat. Metode survei memungkinkan peneliti untuk menggali informasi mengenai karakteristik populasi serta hubungan antar variabel.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan probability sampling dengan desain sampling: simple random sampling. Teknik sampling dipilih karena memungkinkan pengambilan sampel yang efisien dalam populasi yang luas dan tersebar, seperti mahasiswa di beberapa perguruan tinggi di Bandung. Teknik ini memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi responden, sehingga dapat meningkatkan keterwakilan sampel terhadap populasi secara keseluruhan. Dengan menggunakan metode survei, data yang diperoleh dapat dianalisis secara kuantitatif untuk mendeskripsikan hubungan antara perilaku penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kepuasan mahasiswa dalam menilai konten informasi politik. Secara keseluruhan, pendekatan kuantitatif dengan metodologi deskriptif dan penggunaan metode survei mendukung tujuan penelitian ini untuk memperoleh gambaran yang terukur mengenai keterkaitan antarvariabel yang diteliti.

Pada penelitian ini, uji validitas akan dilakukan menggunakan teknik korelasi Spearman Rank karena data pada penelitian ini adalah data ordinal. Pengujian akan melalui penyebaran pre-test kuesioner kepada 30 responden yang termasuk populasi penelitian, namun diluar dari sampel penelitian, yaitu mahasiswa aktif dari Univeristas Islam Bandung dan Univeristas Pasundan selain angkatan 2021/2022 & 2022/2022. Jumlah responden dalam uji validitas minimal adalah sebanyak 30 responden (Efendi, 1995). Menurut Sugiyono (2018) mengatakan bahwa untuk mencari validitas suatu item, maka perlu untuk mengkorelasikan skor item dengan total item tersebut. 74 Apabila nilai korelasi spearman rank yang diterima sama atau di atas 0,306 maka item dikatakan valid, sebaliknya apabila nilai spearman rank yang diterima dibawah 0,306, maka item dinyatakan tidak valid. Singkatnya apabilai nilai r hitung ≥ 0,306, maka item dalam kuesioner dinyatakan valid. Sebaliknya, apabila nilai r hitung ≤ 0,306, maka item dalam kuesioner dinyatakan tidak valid. Jika hasil menunjukkan valid, maka item dapat dipakai di kuesioner penelitian.

Uji validitas dimaksudkan untuk uji instrumen penelitian tentang konsep-konsep yang dibangun dalam sebuah penelitian. Menurut Sugiyono (2022:121) instrumen yang valid adalah alat ukur yang mampu menghasilkan data sesuai dengan yang ingin diukur. Menurut Azwar (2016) dalam buku Reliabilitas dan Validitas mengatakan bahwa uji validitas mengacu pada tingkat ketepatan alat ukur dalam mengukur konsep yang dimaksud, yang dapat dibuktikan secara empiris melalui statistik atau secara rasional melalui penilaian logis terhadap isi instrumen. Apabila hasil pengukuran dinyatakan valid, maka pertanyaan-pertanyaan yang ada di dalam kuesioner dinilai mampu untuk mengungkapkan suatu hal yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Kevaliditasan suatu instrumen memiliki arti bahwa instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang ingin diukur oleh peneliti.

Pada penelitian ini, uji validitas akan dilakukan menggunakan teknik korelasi Spearman Rank karena data pada penelitian ini adalah data ordinal. Pengujian akan melalui penyebaran pre-test kuesioner kepada 30 responden yang termasuk populasi penelitian, namun diluar dari sampel penelitian, yaitu mahasiswa aktif dari Univeristas Islam Bandung dan Univeristas Pasundan selain angkatan 2021/2022 & 2022/2022. Jumlah responden dalam uji validitas minimal adalah sebanyak 30 responden (Efendi, 1995).

Menurut Sugiyono (2018) mengatakan bahwa untuk mencari validitas suatu item, maka perlu untuk mengkorelasikan skor item dengan total item tersebut. Apabila nilai korelasi spearman rank yang diterima sama atau di atas 0,306 maka item dikatakan valid, sebaliknya apabila nilai spearman rank yang diterima dibawah 0,306, maka item dinyatakan tidak valid. Singkatnya apabilai nilai r hitung ≥ 0,306, maka item dalam kuesioner dinyatakan valid. Sebaliknya, apabila nilai r

hitung ≤ 0,306, maka item dalam kuesioner dinyatakan tidak valid. Jika hasil menunjukkan valid, maka item dapat dipakai di kuesioner penelitian. Perhitungan uji validitas dilakukan dengan SPSS versi 27.0 Windows. Berikut adalah hasil dari uji validitas:

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel X (Perilaku Penggunaan Instagram)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.795	0.306	VALID
2	0.678	0.306	VALID
3	0.807	0.306	VALID
4	0.779	0.306	VALID
5	0.876	0.306	VALID
6	0.720	0.306	VALID

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan oleh peneliti, diperoleh bahwa seluruh item pernyataan terkait variabel X dalam kuesioner penelitian dinyatakam valid. Hasil valid didapatkan karena seluruh item memiliki r hitung yang lebih besar daripada r tabel. Oleh karena itu, item pernyataan terkait variabel X dinilai bisa digunakan untuk mengukur apa yang ingin diukur oleh peneliti.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Mahasiswa)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.772	0.306	VALID
2	0.709	0.306	VALID
3	0.664	0.306	VALID
4	0.546	0.306	VALID

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan oleh peneliti, diperoleh bahwa seluruh item pernyataan terkait variabel Y dalam kuesioner penelitian dinyatakan valid. Hasil valid didapatkan karena seluruh item memiliki r hitung yang lebih besar daripada r tabel. Oleh karena itu, item pernyataan terkait variabel Y dinilai bisa digunakan untuk mengukur apa yang ingin diukur oleh peneliti.

Uji Realibilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah bail. Instrumen yang dipercaya yang reliable akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. Jika data telah sesuai fakta lapangan,

secara berkali-kali dilakukan pengujian hasilnya akan tetap sama (Arikunto, 2010). Dalam penelitian kuantitatif, kualitas data ditentukan oleh kualitas instrumen penelitian kuesioner. Reliabilitas adalah tingkat ketepataan suatu instrumen, mengukur apa yang harus diukur (Rengganis & Prijana, 2023).

Dalam suatu kuesioner sebuah kumpulan konsep (construct) untuk dapat dikatakan reliabel apabila jawaban oleh responden terhadap pertanyaan pertama dan pertanyaan kedua dinyatakan signifikan artinya reliabel. Selanjutnya pertanyaan pertama dengan pertanyaan ketiga jika dinyatakan signifikan artinya reliabel dan seterusnya sebesar jumlah pertanyaan yang akan di uji reliabilitasnya dalam sebuah construct. Jika dalam uji reliabilitas ditemukan ada yang tidak reliabel maka tidak perlu dihilangkan atau di drop, namun menjadi catatan yang akan datang (Asidah, 2022). Penelitian ini di uji menggunakan Alpha Cronbach, adapun rumus dari teknik Koefisien Alpha Cronbach (α) adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \; x \left\{1 - \frac{\sum S_i}{S_t}\right\}$$

Keteranga
r = Koefisien reliabilitas Alpha Croncach
k = Banyak item pertanyaan
∑Si = Jumlah varian skor tiap-tiap item pertanyaan
St = Varian skor total

Rentang nilai Alpha Cronbach sebagai alat ukur hubungan antar indikator adalah dari 0 (data tidak reliabel) hingga 1 (data sangat reliabel). Menurut Bryman dalam A.Ellin (2018) menyatakan bahwa data dinilai baik apabila memperoleh nilai minimal ≥0.60. Namun apabila, nilai diperoleh di bawah ≤0.60, maka data dinilai tidak reliabel. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS 27.0 Windows. Adapun hasil dari uji reliabilitas yang telah dilakukan peneliti terhadap 6 item pernyataan terkait variabel X (Perilaku Penggunaan Instagram) sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Koefisien Reliabilitas	Jumlah Item	Keterangan
0.914	6	RELIABEL

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diperoleh nilai 0.914 yang mana hasilnya lebih besar dari 0.60 sehingga dapat dinyatakan bahwa 6 item pernyataan untuk variabel X dalam kuesioner penelitian adalah reliabel. Adapun hasil dari uji

reliabilitas yang telah dilakukan peneliti terhadap 4 item pernyataan terkait variabel Y (Kepuasan Mahasiswa) sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Koefisien Reliabilitas	Jumlah Item	Keterangan
0.886	4	RELIABEL

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diperoleh nilai 0.886 yang mana hasilnya lebih besar dari 0.60 sehingga dapat dinyatakan bahwa 4 item pernyataan untuk variabel Y dalam kuesioner penelitian adalah reliabel. Dapat disimpulkan, seluruh item pernyataan dinilai bisa memberi hasil pengukuran yang konsisten.

Hasil dan pembahasan

Dalam penelitian ini, responden yang mengisi kuesioner sebanyak 103 mahasiswa dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, dan Fakultas Ilmu Hukum angkatan 2021/2022 & 2022/2023 dari Universitas Islam Bandung (Unisba), dan Universitas Pasundan (Unpas) yang disebarkan melalui fitur direct message (DM) Instagram. Analisis karakteritstik responden pada bagian ini mencakup data responden seperti usia, jenis kelamin, Universitas, Fakultas, dan Tahun Akademik, sebagai berikut:

1. Karakteristik Berdasarkan usia

Tabel.5 Usia Responden

Usia	**Frekuensi**	**Presentase**
18 – 21	56	54,4%
22 - 24	47	45,6%
TOTAL	**103**	**100%**

Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 1, hasil olahan peneliti menunjukkan bahwa sebaran usia terbanyak berada pada usia 18-21 tahun dengan persentase sebanyak 54,4% yakni 56 responden. Kemudian, disusul oleh usia 22-24 tahun yakni 45,6% atau setara dengan 47 responden. Hal ini sejalan dengan karakteristik demografis penggunaan media sosial di Indonesia, khususnya Instagram yang didominasi oleh kelompok usia 18-24 tahun. Menurut data NapoleonCat mengatakan bahwa hingga februari 2023, sekitar 37,8% penggunaan Instagram di Indonesia berada dalam rentang usia tersebut (Shidiqie, 2023).

Selain itu, Gen z yang mecakup usia 18-24 tahun dikenal sbagai kelompok yang aktif dalam membangun identitas digital dan personal branding melalui

media sosial. Kalangan Gen z memafaatkan media sosial Instagram tidak hanya untuk berbagi konten visual, tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan diri dan terlibat dalam isu-isu sosial maupun politik. Maka, hal ini menjadikan Instagram sebagai media yang relevan untuk komunikasi yang ditujukan kepada generanasi ini (Sikumbang et al., 2024).

Melihat kecenderungan tersebut, pemanfaatan Instagram oleh DPRD Provinsi Jawa Barat dapat dipahami sebagai strategi komunikasi yang sesuai dengan karakteristik demografis dan penggunaan media sosial oleh audiens sasarannya. Dengan dominasi pengguna dari kalangan usia 18-24 tahun, platform ini memberikan peluang besar bagi DPRD Provinsi Jawa Barat untuk menyampaikan informasi kelembagaan secara lebih dekat, menarik, dan mudah diterima. Oleh karena itu, strategi komunikasi digital melalui Instagram perlu terus dioptimalkan agar mampu menjawab ekspektasi dan pola interaksi Gen z.

2. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel.6 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	**Frekuensi**	**Presentase**
Perempuan	49	47,6%
Laki-laki	54	52,4%
TOTAL	**103**	**100%**

Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 2 hasil olahan peneliti menunjukkan proporsi jenis kelamin responden sebagaian besar laki-laki dengan persentase 52,4% dengan jumlah 54 responden. Sementara itu, 47,6% berjenis kelamin perempuan dengan jumlah responden 54 responden. Hal ini menujukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki mendominasi keseluruhan sampel penelitian. Meskipun peneliti menggunakan desain proporsi 80:20, dimana setiap kolom sampling dengan total N = 1.820 mahasiswa, yang terdiri dari 8 perempuan dan 2 laki-laki.

Pemilihan nomor unit sampling secara acak menggunakan program randomizer.org menghasilkan distribusi yang lebih banyak mengarah pada responden laki-laki. Selain itu, berdasarkan hasil observasi online, dominasi laki-laki ini disebabkan oleh adanya daya tarik mahasiswa dalam berpartisipasi politik yang cenderung lebih besar di kalangan laki-laki. Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian oleh Siregar (2024) yang menunjukkan bahwa laki-laki lebih aktif dalam mengikuti informasi politik melalui media sosial dibandingkan perempuan (Authority et al., n.d.). penelitian tersebut juga mengungkapkan bahwa partisipasi politik mahasiswa laki-laki lebih tinggi, baik dalam kegiatan kampus maupun dalam diskusi politik online/daring. Fenomena tersebut berkaitan dengan faktor sosial budaya yang mendorong laki-laki untuk lebih terbuka dan aktif dalam kegiatan yang berhubungan dengan politik dan pemerintahan. Meskipun minat terhadap politik di kalangan perempuan juga terus berkembang, tetapi mungkin

lebih cenderung terlibat dalam kegiatan sosial lainnya. Dengan demikian, meskipun proporsi jenis kelamin dalam desain sampling sudah diatur, hasil akhir menujukkan bahwa partisipasi laki-laki lebih dominan dalam penelitian ini.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas

Tabel.7 Universitas Responden

Universitas	**Frekuensi**	**Presentase**
Universitas Islam Bandung	51	49,5%
Universitas Pasundan	52	50,5%
TOTAL	**103**	**100%**

Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 3 hasil olahan peneliti menunjukkan bahwa universitas responden terbagi hampir merata antara dua perguruan tinggi, yakni Universitas Islam Bandung sebanyak 51 responden (49,5%) dan Universitas Pasundan sebanyak 52 responden (50,5%). Pemilihan responden dilakukan secara langsung kepada individu mahasiswa aktif dari kedua universitas tersebut, yang ditentukan berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria tersebut mencakup mahasiswa dengan usia 18-24 tahun & 22-24 tahun, yang aktif menggunakan media sosial Instagram, serta memiliki ketertarikan atau keterpaparan terhadap isu-isu kelembagaan atau informasi publik, terutama terkait lembaga legislatif (Gulo et al., 2023).

Dengan begitu, pendekatan ini digunakan untuk memperoleh data yang lebih relevan dan sesuai dengan fokus penelitian. Universitas Islam Bandung dan Universitas Pasundan secara spesifik dipilih karena keduanya merupakan perguruan tinggi swasta ternama di Kota Bandung yang memiliki keterkaitan kuat dengan bidang komunikasi politik serta pemahaman tentang peran lembaga legislatif, dalam hal ini DPRD Provinsi Jawa Barat. Kedua universitas ini memiliki fakultas seperti Ilmu Komunikasi, Ilmu Sosial dan Politik, dan Ilmu Hukum yang aktif membahas isu-isu politik lokal dan regional, termasuk mekanisme representasi, legislasi, dan pengawasan oleh DPRD.

Oleh karena itu, mahasiswa dari kedua universitas tersebut diharapkan memiliki pemahaman yang baik terkait dengan struktur pemerintahan, peran lembaga legislatif, serta pentingnya transparansi dan akuntabilitas dalam proses pembuatan kebijakan. Keberadaan fakultas-fakultas tersebut juga mendukung pengembangan pemikiran kristis mahasiswa terhadap isu-isu politik, baik tingkat daerah maupun nasional. Pemilihan Univeristas Islam Bandung dan Universitas Pasundan sebagai lokasi penelitian didasarkan pada keberadaan fakultas yang relevan dengan bidang komunikasi politik dan pemahaman tentang peran lembaga legislatif. Kedua universitas ini memiliki reputasi yang baik dan menawarkan pendidikan berkualitas dalam bidang komunikasi dan ilmu sosial politik, yang

mendukung pengembangan pemikiran kritis mahasiswa terhadap isu-isu politik dan pemerintahan.

4. **Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Akademik**

Tabel.8 Tahun Akademik Responden

Tahun Akademik	**Frekuensi**	**Presentase**
2021/2022	60	58,3%
2022/2023	43	41,7%
TOTAL	**103**	**100%**

Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2025

Bedasarkan tabel 4 hasil olahan peneliti menujukkan bahwa tahun akademik responden yang memiliki durasi penggunaan media sosial, yakni 2021/2022 sebesar 60 respnden (58,3%) sehingga memungkinkan mahasiswa tersebut memiliki pengalaman lebih dalam untuk mengakses informasi politik melalui platform Instagram. Hal ini sejalan dari Ngundi Ambar Sari & dkk (2019) dalam jurnal AL MUNIR Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam yang mengatakan bahwa tingkat kepuasan penggunaan media sosial lebih tunggi pada individu yang sudah menggunakan media sosial dalam jangka waktu yang lebih lama, karena mahasiswa tersebut telah membentuk pola informasi yang lebih selektif dan terarah. Sementara itu, responden dari tahun akademik 2022/2023 sebesar 43 responden (41,7%). Meskipun proporsimya lebih rendah dibandingkan dengan angkatan sebelumnya, tahun akademik 2022/2023 ini tetap memberikan kontribusi penting dalam penelitian, karena termasuk ke dalam generasi pengguna aktif media sosial yang adaptif dan responsif terhadap informasi digital. Namun, mahasiswa angkatan 2022/2023 dapat diasumsikan masih dalam tahap penyesuaian terhadap ritme aktivitas akademik dan dinamika penggunaan media sebagai sumber informasi politik. Hal ini menjadi pengalaman mahasiswa angkatan 2022/2023 dalam menilai konten politik atau kelembangaan melalui Instagram @dprd.jawabarat.

Sheldon et al. (2021) dalam Journal of Communication Tehnology menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial oleh mahasiswa baru cenderung bersifat ekspremental dan berfokus pada fungsi sosial dan hiburan terlebih dahulu, sebelum berkembang menjadi sarana literasi politik atau pencarian informasi institusional. Oleh karena itu, tingkat keterlibatan mahasiswa 2022/2023 dalam mengakses akun @dprd.jawabarat belum sepenuhnya terbentuk secara intens. Dengan demikian, semakin lama mahasiswa berada dalam lingkungan akademik dan terbiasa dengan penggunaan media sosial untuk kepentingan informasi, maka semakin tinggi pula potensi keterlibatan mahasiswa terhadap konten kelembagaan. Hal ini mempertegas bahwa durasi dan kedewasan digital menjadi faktor penting yang berkaitan dengan pola penggunaan media sosial, termasuk kepuasan mahasiswa dalam menilai konten informasi DPRD Provinsi Jawa Barat.

Analisis deskriptif akan dilakukan terhadap masing-masing turunan indikator dari setiap variabel berdasarkan jawaban responden, yakni Variabel X memiliki 3 (tiga) dimensi variabel, yakni frekuensi (x1), durasi (x2), dan jenis interaksi (x3). Sedangkan Variabel Y memiliki 4 (empat) dimensi variabel, yakni kepuasan terhadap konten (y1), kejelasan informasi (y2), kepercayaan informasi (y3), dan kualitas informasi (y4).

Penelitan ini akan mendeskripsikan penjelasan hasil penelitian dari jawaban responden dengan melakukan pengkategorian jawaban. Menurut Sugiyono (2017) mengatakan bahwa perhitungan persentase berdasarkan jawaban responden dapat dilakukan menggunakan skala Likert dengan menghitung total skor dan persentase terhadap skor maksimal yang dipetakan ke dalam kategori-kategori tertentu untuk mempermudah interpretasi data. Peneliti akan menggunakan tabel frekuensi untuk menghitung persentase, yang selanjutnya dijadikan acuan dalam melakukan interpretasi terhadap data. Adapun perhitungan persentase dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

Skor Teringgi = Jumlah Responden × Skor Maksimum

= 103 × 5 = 515

Total Skor Aktual

Tabel 9 Hasil Total Skor Aktual

X1	P1: (14 × 1) + (28 × 2) + (36 × 3) + (16 × 4) + (9 × 5) : 14 + 56 + 108 + 64 + 45 = 287 P2: (1× 1) + (1 × 2) + (26 × 3) + (45 × 4) + (30 × 5) : 1 + 2 + 78 + 180 + 150 = 411
Y1	P1: (1 × 1) + (6 × 2) + (35 × 3) + (46 × 4) + (15 × 5) : 1 + 12 + 105 + 184 + 75 = 377
Y2	P1: (1 × 1) + (2 × 2) + (26 × 3) + (53 × 4) + (21 × 5) : 1 + 4 + 78 + 212 + 105 = 400
Y3	P1: (2 × 1) + (4 × 2) + (19 × 3) + (52 × 4) + (26 × 5) : 2 + 8 + 57 + 208 + 130 = 405
Y4	P1: (0 × 1) + (5 × 2) + (27 × 3) + (42 × 4) + (29 × 5) : 0 + 10 + 81 + 168 + 145 = 404

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2025

$$P = \left(\frac{\textbf{skor aktual}}{\textbf{skor maksimum}}\right) \times 100$$

Tabel 10 Hasil Persentase Skor

X1	P1 = $(\frac{287}{515}) \times 100 = 55{,}7$ % P2 = $(\frac{411}{515}) \times 100 = 79{,}8$%
X2	P1 = $(\frac{308}{515}) \times 100 = 59{,}8$ % P2 = $(\frac{418}{515}) \times 100 = 81{,}1$%
X3	P1 = $(\frac{325}{515}) \times 100 = 63{,}1$ % P2 = $(\frac{402}{515}) \times 100 = 78$ %
Y1	P1 = $(\frac{377}{515}) \times 100 = 73{,}2$ %
Y2	P1 = $(\frac{400}{515}) \times 100 = 77{,}6$ %
Y3	P1 = $(\frac{405}{515}) \times 100 = 78{,}6$ %
Y4	P1 = $(\frac{404}{515}) \times 100 = 78{,}4$ %

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2025

Rata-rata skor per dimensi = $\sum \frac{\textbf{Persentase semua item}}{\textbf{Jumlah item } (n)}$

Tabel 11 Hasil Rata-rata Skor Perdimensi

X1	$P_{X1\,(total)} = \frac{55{,}7+79{,}8}{2} = 65{,}75$ %
X2	$P_{X2\,(total)} = \frac{59{,}8+81{,}1}{2} = 70{,}45$ %
X3	$P_{X3\,(total)} = \frac{63{,}1+78}{2} = \mathbf{70,55}$%
Y1	$P_{Y1\,(total)} = \frac{73{,}2}{1} = \mathbf{73,2}$ %
Y2	$P_{Y2\,(total)} = \frac{77{,}6}{1} = \mathbf{77,6}$ %
Y3	$P_{Y3\,(total)} = \frac{78{,}6}{1} = \mathbf{78,6}$%
Y4	$P_{Y4\,(total)} = \frac{78{,}4}{1} = \mathbf{78,4}$ %

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2025

Berdasarkan hasil perhitungan di atas digunakan untuk mengkategorikan skor jawaban responden pada setiap item penelitian, sebagai berikut:

Tabel 12 Kategori Interpretasi Skor Rata-rata per Dimensi Variabel

Rentang Persentase	Kategori
0% - 20%	Sangat Tidak Baik
21% - 40%	Tidak Baik
41% - 60%	Cukup Baik
61% - 80%	Baik

81% - 100% Sangat Baik

Jawaban Responden terhadap Dimensi Variabel Frekuensi (x1) pada Perilaku Penggunaan Instagram

Tabel 13 Dimensi Variabel Frekuensi (x1)

NO	PERTANYAAN	SKOR					TOTAL SKOR	%	KATEGORI
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)			
1	Saya mengakses akun Instagram @dprd.jawabarat sebanyak 2 - 4 kali dalam seminggu untuk memperoleh informasi tentang DPRD Provinsi Jawa Barat.	14 13,6 %	28 27,2 %	36 35%	16 15,5 %	9 8,7%	287	55,7 %	Cukup Baik
2	Saya sering membuka Instagram @dprd.jawabarat ketika membentuhkan informasi tentang kegiatan Perda dan Reses.	1 1%	1 1%	26 25,2 %	45 43,7 %	30 29,1 %	411	79,8 %	Baik
Rata-rata Skor (%) Dimensi Variabel Frekuensi (x1)									**65,75%**

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 13 jawaban responden terhadap Dimensi Variabel frekuensi (x1) yang merupakan bagian variabel utama, yakni perilaku penggunaan Instagram (x) dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Mengakses akun Instagram @dprd.jawabarat sebanyak 2 - 4 kali dalam seminggu untuk memperoleh informasi tentang DPRD Provinsi Jawa Barat.

Sebanyak 16 responden (15,5%) menjawab Setuju dan 9 responden (8,7%) menjawab Sangat Setuju atas pertanyaan yang diberikan. Maka, sebagian besar responden merasa cukup untuk mengakses akun Instagram @dprd.jawabarat sebanyak 2 -4 kali dalam seminggu. Sementara, sebanyak 36 responden (35%) menjawab Netral dan 28 responden (27,2%) menjawab Tidak Setuju dan 14 responden (13,6%) menjawab Sangat Tidak Setuju dengan pertanyaan tersebut. Secara keseluruhan, pernyataan mengenai mengakses akun Instagram @dprd.jawabarat sebanyak 2 -4 kali dalam seminggu untuk memperoleh informasi tentang DPRD Provinsi Jawa Barat mendapatkan kategori Cukup Baik dengan persentase total skor 55,7%.

Sering membuka Instagram @dprd.jawabarat ketika membentuhkan informasi tentang kegiatan Perda dan Reses.

Pada pertanyaan 1 (satu) menujukkan bahwa sebanyak 45 responden (43,7%) menjawab Setuju dan 30 responden (29,1%) menjawab Sangat Setuju atas pertanyaan yang diberikan. Maka, sebagian besar responden merasa bahwa mahasiswa membutuhkan informasi mengenai kegiatan Perda dan Reses melalui Instagram @dprd.jawabarat. Sementara, sebanyak 26 responden (25,2%) menjawab Netral dan 1 responden (1%) menjawab Sangat Tidak Setuju dan Tidak Setuju dengan pertanyaan tersebut. Secara keseluruhan, pernyataan mengenai kebutuhan informasi kegiatan Perda dan Reses melalui Instagram @dprd.jawabarat mendapatkan kategori Baik dengan persentase total skor 79,8%.

Tabel 14 Dimensi Variabel Kepuasan terhadap Konten (y1)

NO	PERTANYAAN	SKOR					TOTAL SKOR	%	KATEGOR
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS(5)			
1	Saya merasa informasi yang disampaikan melalui Instagram @dprd.jawabarat sudah cukup lengkap dan memenuhi kebutuhan saya	1	6	35	46	15	377	73,2%	Baik
		1%	5,8%	34%	44,7%	14,6%			

	untuk mengetahui kegiatan Perda dan Reses.								
Rata-rata Skor (%) Dimensi Variabel Kepuasan terhadap Konten (y1)									73,2%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 14 jawaban responden terhadap Dimensi Variabel kepuasan terhadap konten (y1) yang merupakan bagian variabel utama, yakni kepuasan mahasiswa (y) dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Rasa informasi yang disampaikan melalui Instagram @dprd.jawabarat sudah cukup lengkap dan memenuhi kebutuhan untuk mengetahui kegiatan Perda dan Reses.

Sebanyak 46 responden (44,7%) menjawab Setuju dan 15 responden (14,6%) menjawab Sangat Setuju atas pertanyaan yang diberikan. Maka, sebagian besar responden merasa bahwa informasi yang disampaikan melalui Instagram @dprd.jawabarat sudah cukup lengkap dan memenuhi kebutuhan mahasiswa untuk mengetahui kegiatan Perda dan Reses. Sementara, sebanyak 35 responden (34%) menjawab Netral dan 6 responden (5,8%) menjawab Tidak Setuju dan 1 responden (1%) menjawab Sangat Tidak Setuju dengan pertanyaan tersebut. Secara keseluruhan, pernyataan mengenai rasa yang diinformasikan melalui Instagram @dprd.jawabarat sudah cukup lengkap dan memenuhi kebutuhan mahasiswa terkait kegiatan Perda dan Reses mendapatkan kategori Baik dengan persentase total skor 73,2%.

Jawaban Responden terhadap Dimensi Variabel Kejelasan Informasi (y2) pada Kepuasan Mahasiswa

Tabel 15 Dimensi Variabel Kejelasan Informasi (y2)

NO	PERTANYAAN	SKOR					TOTAL SKOR	%	KATEGO
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)			
1	Saya merasa informasi mengenai tugas	1	2	26	53	21	400	77,6%	Baik

dan kegiatan Perda serta Reses DPRD yang disampaikan melalui Instagram @dprd.jawabarat menggunakan bahasa yang jelas, tidak berbelit, dan mudah saya pahami.	1%	1,9%	25,2%	51,5%	20,4%				
Rata-rata Skor (%) Dimensi Variabel Kejelasan Informasi (y2)									77,6%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 15 jawaban responden terhadap Dimensi Variabel kejelasan informasi (y2) yang merupakan bagian variabel utama, yakni kepuasan mahasiswa (y) dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Rasa informasi mengenai tugas dan kegiatan Perda serta Reses DPRD yang disampaikan melalui Instagram @dprd.jawabarat menggunakan bahasa yang jelas, tidak berbelit, dan mudah pahami.

Sebanyak 53 responden (51,5%) menjawab Setuju dan 21 responden (20,4%) menjawab Sangat Setuju atas pertanyaan yang diberikan. Maka, sebagian besar responden merasa bahwa informasi mengenai tugas dan kegiatan Perda dan Reses DPRD yang disampaikan melalui Instagram @dprd.jawabarat menggunakan bahasa yang jelas, tidak berbelit, dan mudah dipahami. Sementara, sebanyak 26 responden (25,2%) menjawab Netral dan 2 responden (1,9%) menjawab Tidak Setuju dan 1 responden (1%) menjawab Sangat Tidak Setuju dengan pertanyaan tersebut. Secara keseluruhan, pernyataan mengenai rasa informasi terkait tugas kegiatan Perda serta Reses DPRD yang disampaikan melalui Instagram @dprd.jawabarat sudah menggunakan bahasa yang jelas, tidak berbelit, dan mudah dipahami mendapatkan kategori Baik dengan persentase total skor 77,6%.

Jawaban Responden terhadap Dimensi Variabel Kepercayaan Informasi (y3) pada Kepuasan Mahasiswa

Tabel 16 Dimensi Variabel Kepercayaan Informasi (y3)

NO	PERTANYAAN	SKOR		%	K

		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	TOTAL SKOR		
1	Saya merasa bahwa informasi yang disajikan dalam konten kegiatan Perda dan Reses di Instagram @dprd.jawabarat berasal dari sumber yang kredibel dan dapat dipercaya, serta meningkatkan kepercayaan saya terhadap DPRD dan membentuk kesan positif terhadap lembaga tersebut.	2	4	19	52	26	405	78,6%	
		1,9%	3,9%	18,4%	50,5%	25,2%			
Rata-rata Skor (%) Dimensi Variabel Kepercayaan Informasi (y3)									

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 16 jawaban responden terhadap Dimensi Variabel kepercayaan informasi (y3) yang merupakan bagian variabel utama, yakni kepuasan mahasiswa (y) dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Menilai konten Perda dan Reses di Instagram @dprd.jawabarat berasal dari sumber terpercaya, sehingga meningkatkan kepercayaan dan kesan positif terhadap DPRD.

Sebanyak 52 responden (50,5%) menjawab Setuju dan 26 responden (25,2%) menjawab Sangat Setuju atas pertanyaan yang diberikan. Maka, sebagian besar responden menilai bahwa konten Perda dan Reses di Instagram @dprd.jawabarat berasal dari sumber terpercaya. Sementara, sebanyak 19 responden (18,4%) menjawab Netral dan 4 responden (3,9%) menjawab Tidak Setuju dan 2 responden

(1%) menjawab Sangat Tidak Setuju dengan pertanyaan tersebut. Secara keseluruhan, pernyataan mengenai menilai konten Perda dan Reses di Instagram @dprd.jawabarat berasal dari sumber terpercaya, sehingga meningkatkan kepercayaan dan kesan positif terhadap DPRD Provinsi Jawa Barat mendapatkan kategori Baik dengan persentase total skor 78,6%.

Jawaban Responden terhadap Dimensi Variabel Kualitas Informasi (y4) pada Kepuasan Mahasiswa

Tabel 17 Dimensi Variabel Kualitas Informasi (y4)

NO	PERTANYAAN	SKOR					TOTAL SKOR	%	KA
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS(5)			
1	Saya menganggap bahwa informasi yang disajikan melalui konten kegiatan Perda dan Reses di Instagram @dprd.jawabarat merupakan bentuk transparansi dan kredibilitas DPRD.	0	5	27	42	29	404	78,4%	
		0%	4,9%	26,2%	40,8%	28,2%			
Rata-rata Skor (%) Dimensi Variabel Kualitas Informasi (y4)									

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 17 jawaban responden terhadap Dimensi Variabel kualitas informasi (y4) yang merupakan bagian variabel utama, yakni kepuasan mahasiswa (y) dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Menilai bahwa konten kegiatan Perda dan Reses di Instagram @dprd.jawabarat mencerminkan transparansi dan kredibilitas DPRD Provinsi Jawa Barat.

Sebanyak 42 responden (40,8%) menjawab Setuju dan 29 responden (28,2%) menjawab Sangat Setuju atas pertanyaan yang diberikan. Maka, sebagian besar responden menilai bahwa konten kegiatan Perda dan Reses di Instagram @dprd.jawabarat mencerminkan transparansi dan kredibilitas DPRD Provinsi Jawa Barat. Sementara, sebanyak 27 responden (26,2%) menjawab Netral dan 5 responden (4,9%) menjawab Tidak Setuju dan 0% menjawab Sangat Tidak Setuju. Secara keseluruhan, pernyataan mengenai menilai konten kegiatan Perda dan Reses

di Instagram @dprd.jawabarat mencerminkan transparansi dan kredibilitas DPRD Provinsi Jawa Barat mendapatkan kategori Baik dengan persentase total skor 78,4%.

Analisis Inferensial

Hasil Uji Korelasi ntara Perilaku Penggunaan Instagram (x) Dengan Kepuasan Mahasiswa (y)

Dalam melakukan uji korelasi, peneliti menggunakan analisis data koefiesien korelasi Spearman Rank untuk mengetahui keerataan hubungan perilaku penggunaan Instagram dengan kepuasan mahasiswa. Hipotesis diuji sebagai berikut:

H0: Tidak terdapat hubungan antara perilaku penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kepuasan mahasiswa dalam menilai konten informasi sosial politik.

H1: Terdapat hubungan antara perilaku penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kepuasan mahasiswa dalam menilai konten informasi sosial politik.

Hipotesis yang diterima mengacu pada 2 (dua) poin sebagai berikut:

Jika nilai p-value (Sig.2-tailed) < α (0,05), maka Ho ditolak dan H1 diterima. Hal tersebut menandakan bahwa terdapat adanya hubungan yang signifikan antara variabel.

Jika nilai p-value (Sig.2-tailed) > α (0,05), maka Ho diterima dan H1 ditolak. Hasil tersebut memandakan bahwa tidak adanya hubungan yang signifikan antara variabel.

Tabel 18 Hasil Uji Korelasi Spearman Rank Antara Hubungan Perilaku Penggunaan Instagram (x) dengan kepuasan mahasiswa (y)

Variabel	Rs	Tingkat Keeratan	p-value	α	Kesimpulan
Variabel X: Perilaku Penggunaan Instagram.	0.534	Hubungan cukup berati	<.001	0.05	Signifikan, H1 diterima.
Variabel Y: Kepuasan Mahasiswa.					

Sumber: Hasil Olahan Peneliti melalui SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 18, hasil analisis menujukkan bahwa nilai koefisien korelasi Spearman Rank antara variabel perilaku penggunaan Instagram (x) dan kepuasan mahasiswa (y) sebesar 0.534. Nilai ini menujukkan adanya hubungan cukup berati. Selain itu, nilai p-value <.001 lebih kecil daripada tingkat signifikasi yang ditetapkan (α = 0.05), sehingga hubungan ini dinyatakan signifikan. Artinya, terdapat hubungan yang cukup berati antara perilaku penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kepuasan mahasiswa dalam menilai konten informasi sosial politik. Semakin tinggi perilaku penggunaan Instagram oleh mahasiswa, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan terhadap informasi yang disampaikan melalui akun Instagram @dprd.jawabarat.

Hasil Uji Korelasi antara Frekuensi Penggunaan Instagram @dprd.jawabarat (x1) dengan Kepuasan terhadap Konten Informasi (y1)

Dalam melakukan uji korelasi, peneliti menggunakan analisis data koefiesien korelasi Spearman Rank untuk mengetahui keerataan hubungan frekuensi penggunaan Instagram @dpd.jawabarat dengan kepuasan terhadap konten informasi. Hipotesis diuji sebagai berikut:

H0: Tidak terdapat hubungan antara frekuensi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kepuasan terhadap konten informasi.

H1: Terdapat hubungan antara frekuensi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kepuasan terhadap konten informasi.

Hipotesis yang diterima mengacu pada 2 (dua) poin sebagai berikut:

Jika nilai p-value (Sig.2-tailed) < α (0,05), maka Ho ditolak dan H1 diterima. Hal tersebut menandakan bahwa terdapat adanya hubungan yang signifikan antara variabel.

Jika nilai p-value (Sig.2-tailed) > α (0,05), maka Ho diterima dan H1 ditolak. Hasil tersebut memandakan bahwa tidak adanya hubungan yang signifikan antara variabel.

Tabel 19 Hasil Uji Korelasi Spearman Rank antara frekuensi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat (x1) dengan kepuasan terhadap konten informasi (y1)

Variabel	Rs	Tingkat Keeratan	p-value	α	Kesimpulan
Variabel X1: Frekuensi Penggunaan Instagram @dprd.jawabarat.	0.356	Hubungan rendah tetapi pasti	<.001	0.05	Signifikan, H1 diterima.
Variabel Y1: Kepuasan terhadap Konten Informasi.					

Sumber: Hasil Olahan Peneliti melalui SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 19, hasil analisis menujukkan bahwa nilai koefisien korelasi Spearman Rank antara variabel frekuensi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kepuasan terhadap konten informasi sebesar 0.356. Nilai ini menujukkan adanya hubungan rendah tetapi pasti. Selain itu, nilai p-value <.001 lebih kecil daripada tingkat signifikasi yang ditetapkan (α = 0.05), sehingga hubungan ini dinyatakan signifikan. Artinya, terdapat hubungan yang rendah tetapi pasti antara frekuensi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kepuasan terhadap konten informasi

Hasil Uji Korelasi antara Frekuensi Penggunaan Instagram @dprd.jawabarat (x1) dengan Kejelasan Informasi (y2)

Dalam melakukan uji korelasi, peneliti menggunakan analisis data koefiesien korelasi Spearman Rank untuk mengetahui keerataan hubungan frekuensi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kejelasan informasi. Hipotesis diuji sebagai berikut:

H0: Tidak terdapat hubungan antara frekuensi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kejelasan informasi.

H1: Terdapat hubungan antara frekuensi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kejelasan informasi.

Hipotesis yang diterima mengacu pada 2 (dua) poin sebagai berikut:

Jika nilai p-value (Sig.2-tailed) < α (0,05), maka Ho ditolak dan H1 diterima. Hal tersebut menandakan bahwa terdapat adanya hubungan yang signifikan antara variabel.

Jika nilai p-value (Sig.2-tailed) > α (0,05), maka Ho diterima dan H1 ditolak. Hasil tersebut memandakan bahwa tidak adanya hubungan yang signifikan antara variabel.

Tabel 20 Hasil Uji Korelasi Spearman Rank antara frekuensi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat (x1) dengan kejelasan informasi (y2)

Variabel	Rs	Tingkat Keeratan	p-value	α	Kesimpulan
Variabel X1: Frekuensi Penggunaan Instagram @dprd.jawabarat.	0.303	Hubungan rendah tetapi pasti	<.002	0.05	Signifikan, H1 diterima.
Variabel Y2: Kejelasan Informasi.					

Sumber: Hasil Olahan Peneliti melalui SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 20, hasil analisis menujukkan bahwa nilai koefisien korelasi Spearman Rank antara variabel frekuensi (x1) dengan kepuasan terhadap konten (y1) sebesar 0.417. Nilai ini menujukkan adanya hubungan cukup berati. Selain itu, nilai p-value <.001 lebih kecil daripada tingkat signifikasi yang ditetapkan (α = 0.05), sehingga hubungan ini dinyatakan signifikan. Artinya, terdapat hubungan yang cukup berati antara frekuensi dengan kepuasan terhadap konten dalam Instagram @dprd.jawabarat.

Hasil Uji Korelasi antara Frekuensi Penggunaan Instagram @dprd.jawabarat (x1) dengan Kepercayaan Informasi (y3)

Dalam melakukan uji korelasi, peneliti menggunakan analisis data koefiesien korelasi Spearman Rank untuk mengetahui keerataan hubungan frekuensi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kepercayaan informasi. Hipotesis diuji sebagai berikut:

H0: Tidak terdapat hubungan antara frekuensi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kepercayaan informasi.

H1: Terdapat hubungan antara frekuensi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kepercayaan informasi.

Hipotesis yang diterima mengacu pada 2 (dua) poin sebagai berikut:

Jika nilai p-value (Sig.2-tailed) < α (0,05), maka Ho ditolak dan H1 diterima. Hal tersebut menandakan bahwa terdapat adanya hubungan yang signifikan antara variabel.

Jika nilai p-value (Sig.2-tailed) > α (0,05), maka Ho diterima dan H1 ditolak. Hasil tersebut memandakan bahwa tidak adanya hubungan yang signifikan antara variabel.

Tabel 21 Hasil Uji Korelasi Spearman Rank antara frekuensi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat (x1) dengan kepercayaan informasi (y3)

Variabel	Rs	Tingkat Keeratan	p-value	α	Kesimpulan
Variabel X1: Frekuensi Penggunaan Instagram @dprd.jawabarat.	0.393	Hubungan rendah tetapi pasti	<.001	0.05	Signifikan, H1 diterima.
Variabel Y3: Kepercayaan Informasi.					

Sumber: Hasil Olahan Peneliti melalui SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 21, hasil analisis menujukkan bahwa nilai koefisien korelasi Spearman Rank antara variabel frekuensi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat (x1) dengan kepercayaan informasi (y3) sebesar 0.393. Nilai ini menujukkan adanya hubungan rendah tetapi pasti. Selain itu, nilai p-value <.001 lebih kecil daripada tingkat signifikasi yang ditetapkan (α = 0.05), sehingga hubungan ini dinyatakan signifikan. Artinya, terdapat hubungan rendah tetapi pasti antara frekuensi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat (x1) dengan kepercayaan informasi (y3).

Hasil Uji Korelasi antara Frekuensi Penggunaan Instagram @dprd.jawabarat (x1) dengan Kualitas Informasi (y4)

Dalam melakukan uji korelasi, peneliti menggunakan analisis data koefiesien korelasi Spearman Rank untuk mengetahui keerataan hubungan frekuensi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kualitas informasi. Hipotesis diuji sebagai berikut:

H0: Tidak terdapat hubungan antara frekuensi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kualitas informasi.

H1: Terdapat hubungan antara frekuensi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kualitas informasi.

Hipotesis yang diterima mengacu pada 2 (dua) poin sebagai berikut:

Jika nilai p-value (Sig.2-tailed) < α (0,05), maka Ho ditolak dan H1 diterima. Hal tersebut menandakan bahwa terdapat adanya hubungan yang signifikan antara variabel.

Jika nilai p-value (Sig.2-tailed) > α (0,05), maka Ho diterima dan H1 ditolak. Hasil tersebut memandakan bahwa tidak adanya hubungan yang signifikan antara variabel.

Tabel 22 Hasil Uji Korelasi Spearman Rank antara frekuensi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat (x1) dengan kualitas informasi (y4)

Variabel	Rs	Tingkat Keeratan	p-value	α	Kesimpulan
Variabel X1: Frekuensi Penggunaan Instagram @dprd.jawabarat.	0.415	Hubungan cukup berati	<.001	0.05	Signifikan, H1 diterima.
Variabel Y4: Kualitas Informasi.					

Sumber: Hasil Olahan Peneliti melalui SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 22, hasil analisis menujukkan bahwa nilai koefisien korelasi Spearman Rank antara variabel frekuensi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat (x1) dengan kualitas informasi (y4) sebesar 0.415. Nilai ini menujukkan adanya hubungan cukup berati. Selain itu, nilai p-value <.001 lebih kecil daripada tingkat signifikasi yang ditetapkan (α = 0.05), sehingga hubungan ini dinyatakan signifikan. Artinya, terdapat hubungan yang cukup berati antara frekuensi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kualitas informasi.

Hasil Uji Korelasi antara Durasi Penggunaan Instagram @dprd.jawabarat (x2) dengan Kepuasan Mahasiswa dalam Menilai Konten Informasi (Y)

Hasil Uji Korelasi antara Durasi Penggunaan Instagram @dprd.jawabarat (x2) dengan Kepuasan terhadap Konten Informasi (y1)

Dalam melakukan uji korelasi, peneliti menggunakan analisis data koefiesien korelasi Spearman Rank untuk mengetahui keerataan hubungan durasi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kepuasan terhadap konten informasi. Hipotesis diuji sebagai berikut:

H0: Tidak terdapat hubungan antara durasi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kepuasan terhadap konten informasi.

H1: Terdapat hubungan antara durasi penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dengan kepuasan terhadap konten informasi.

Hipotesis yang diterima mengacu pada 2 (dua) poin sebagai berikut:

Jika nilai p-value (Sig.2-tailed) < α (0,05), maka Ho ditolak dan H1 diterima. Hal tersebut menandakan bahwa terdapat adanya hubungan yang signifikan antara variabel.

Jika nilai p-value (Sig.2-tailed) > α (0,05), maka Ho diterima dan H1 ditolak. Hasil tersebut memandakan bahwa tidak adanya hubungan yang signifikan antara variabel.

Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa perilaku penggunaan Instagram yang mencakup frekuensi, durasi, dan jenis interaksi memiliki hubungan yang signifikan dengan seluruh dimensi variabel kepuasan mahasiswa, yakni kepuasan terhadap konten, kejelasan informasi, kepercayaan informasi, dan kualitas informasi.

Mahasiswa yang lebih aktif menggunakan Instagram @dprd.jawabarat, baik melalui frekuensi akses maupun interaksi seperti menyukai, membagikan, atau membaca konten cenderung merasa puas terhadap informasi yang mahasiswa peroleh. Kepuasan ini tidak hanya mencakup kejelasan dan kualitas informasi, tetapi juga membentuk persepsi mahasiswa terhadap penilaian konten informasi yang disampaikan melalui Instagram @dprd.jawabart.

Dengan demikian, semakin tinggi perilaku penggunaan Instagram @dprd.jawabarat dan semakin tinggi tingkat kepuasan mahasiswa dalm menilai konten informasi, maka semakin tinggi juga kecenderungan mahasiswa untuk menjadikan akun @dprd.jawabarat sebagai salah satu sumber informasi sosial politik yang relevan, akurat, dan dapat dipercaya.

Penutup

Perilaku penggunaan Instagram memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan mahasiswa dalam menilai konten informasi kegiatan sosial politik yang diunggah oleh @dprd.jawabarat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat intensitas mahasiswa dalam menggunakan Instagram, baik dari frekuensi, durasi, dan jenis interaksi yang dilakukan terhadap konten kegiatan, maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan mahasiswa dalam menilai isi konten informasi, kejelasan informasi, kepercayaan informasi, dan kualitas informasi sosial politik yang disampaikan. Hal ini disebabkan karena media sosial Instagram mampu menyediakan ruang interaktif yang memungkinkan mahasiswa untuk memperoleh informasi, mengevaluasi, dan merespons informasi secara aktif. Ketika konten diunggah dengan jelas, terpercaya, dan relevan, mahasiswa tidak hanya merasa terpenuhi secara informatif, tetapi juga membentuk persepsi positif terhadap kinerja dan transparansi lembaga legislatif tersebut. Dimensi jenis interaksi menjadi aspek yang paling kuat berhubungan dengan kepuasan mahasiswa, yang menunjukkan bahwa aktivitas seperti menyukai, mengomentari, dan membagikan konten berkontribusi besar dalam memperkuat keterlibatan mahasiswa terhadap kegiatan sosial politik DPRD Provinsi Jawa Barat. Oleh karena itu, perilaku penggunaan Instagram dapat dianggap sebagai indikator penting dalam membentuk kepuasan sekaligus penilaian mahasiswa terhadap konten informasi sosial politik yang disampaikan melalui akun @dprd.jawabarat yang dikelola oleh Humas Publikasi institusi pemerintah.

Saran

Sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin mengetahui sejauh mana perilaku penggunaan Instagram berhubungan dengan kepuasan mahasiswa dalam menilai konten informasi sosial politik, hasil penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori komunikasi digital, khususnya dalam pendekatan *Uses and Gratifications*. Peneliti selanjutnya disarankan untuk:

1. Mengembangkan dimensi kebutuhan kognitif dan afektif menjadi variabel 185 terukur untuk melihat hubungannya secara langsung terhadap perilaku penggunaan media sosial.
2. Menggunakan metode atau pendekatan yang berbeda, seperti eksperimen atau metode kualitatif, untuk menggali motivasi mendalam di balik perilaku interaksi dengan konten politik di media sosial.
3. Melakukan studi perbandingan antarplatform digital untuk mengevaluasi efektivitas berbagai saluran media sosial dalam membentuk persepsi publik terhadap lembaga sosial politik.

Dengan demikian, penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk riset lanjutan dalam memperluas pemahaman mengenai keterlibatan digital dan evaluasi informasi dalam partisipasi generasi muda atau gen z terhadap isu sosial politik di Jawa Barat.

Daftar Pustaka

Ahmadi, S., Dulwahab, E., & Cholidah, L. I. (2024). Aktivitas Media relations dalam Kegiatan Publikasi Lembaga DPRD Provinsi Jawa Barat. Reputation Jurnal Hubungan Masyarakat, 8(2), 223–242. https://doi.org/10.15575/reputation.v8i2.28667

A. yanto. (2020). metode penelitian perpustakaan dan sains informasi. Authority, R., Implication, I., & Education, T. I. (n.d.). [DOCUMENT TITLE]. 7.

Bush, R. R., & Guilford, J. P. (1956). Fundamental Statistics in Psychology and Education. Journal of the American Statistical Association, 51(276), 661. https://doi.org/10.2307/2281499

Calvert, S. L, Pempek, T. A. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. Ournal of Applied Developmental Psychology. Content Instagram @BYU.ID Terhadap Brand Image Provider Digital BY.U. Ikon -- Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 27(3), 223–234. https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2610

DPRD Provinsi Jawa Barat. (n.d.). https://dprd.jabarprov.go.id/sekretariat/pejabatstruktural

Dwiwarman, D. A. (2024). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Keterampilan Soft Skills Dan Hard Skills. 13(September), 1538–1549.

Egziabher, T. B. G., & Edwards, S. (2013). Pengaruh Motivasi Kerja dan Kominten

Organisasi Terhadap Kinerja. Africa's Potential for the Ecological Intensification of Agriculture, 53(9), 1689–1699.

Employee Performance Yang Dimoderasi Oleh Peran Dari Organizational Support Dan Job Burnout Di Pt. Pertamina Hulu Rokan. In Journal of 189 Comprehensive Science(JCS) (Vol. 2, Issue 5, pp. 1254– 1262). https://doi.org/10.59188/jcs.v2i5.343

Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer, 3(01), 10–16. https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953

Gulo, M. S., Ambarita, T. F. A., Psikologi, F., Hkbp, U., & Medan, N. (2023). Perbedaan Self-Disclosure , pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial " Instagram " Ditinjau Berdasarkan Jenis Kelamin pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan. 3, 9294–9307.

Hadi, I. P. dkk. (2021). Buku ajar Komunikasi Massa.

Ibda, F. (2015). Perkembangan Kognitif: Teori Jean Piaget. Intelektualita, 3(1), 242904.

Image, B., Mikro, U., & Menengah, K. (2023). Buana komunikasi. 1–16.

Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). Pengolahan Data Ordinal dan Statistik Deskriptif (Issues 410–537).

Jabarline.com. (n.d.). No Title.

Kartika, N., & Yuningsih, S. (2021). Pengaruh Kualitas Informasi dalam Media Instagram @nusatalent Terhadap Citra Nusa Talent. Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ, 1–7.

Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification. Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis, 3(1), 92–104. https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187

Khoirunnisa, K. (2024). Ilomata International Journal of Social Science Security Convergence In Southeast Asia : 5(July), 971–984.

Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). (n.d.). Online social networking and addiction – A review of the psychological literature. Computers in Human Behavior. Lestari, A. W., Setiadarma, A., & Prihatiningsih, W. (2022). Pengaruh Social Media

Lubis, N., Sazali, H., Dianto, I., Rafiq, M., & Fikri, S. (2023). INTERAKSI PERADABAN : Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Pengembangan Identitas Politik Perempuan. 221–238.

Martias, L. D. (2021). Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi, 16(1), 40. https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.161.40-59

McQuail, D. (2011). McQuail's Mass Communication Theory (6th ed.). Sage Publications.

Megan, M., Rajitha, K., Shari, S., & Jennifer, W. (2013). Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking. US : Mary Ann Liebert, Inc, 16(7), 504–511. https://doi.org/10.13140/RG.2.2.22664.29447

Negeri 1 Ciporang. DWIJA CENDEKIA: Jurnal Riset Pedagogik, 4(2), 197. https://doi.org/10.20961/jdc.v4i2.42137

Nutbeam, D. (2000). Health literacy as a public health goal: a challenge for contemporary health education and communication strategies into the 21st century. Health Promotion International.

Oktaviani. (2018). Teori Uses and Gratification. Sereal Untuk, 51(1), 51.

Prijana, Y. (2023). Metode Sampling Peluang. 1 januari 2023.

Putra, R. Y., & Handayani, D. (2022). Pengaruh Kualitas Informasi Media Sosial Pemerintah terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa. Jurnal Ilmu Komunikasi, 20(1), 23–36.

Rengganis, P. (n.d.). Uji validitas & Reliabilitas Data Interval. 2023.

Rahmawati, A. (2021). Media Sosial Pemerintah sebagai Sarana Informasi Politik: Studi pada Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.

Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. Mass Communication & Society.

Sari, M. Z., Gunawan, A., Fitriyani, Y., & Hilaliyah, N. (2020). Pengaruh Minat Baca Siswa Terhadap Hasil Belajar pada Pelajaran Bahasa Indonesia di SD

Schoorman, F. D, Mayer, R. C. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. Academy of Management Review.

Setiani, N., Pratiwi, R., & Nihayah, M. (2024). Pola Penggunaan Media Sosial untuk Pembelajaran Mandiri Mahasiswa Social Media Usage Patterns for College Students Self-Learning. 4(11), 453–458.

Shidiqie, A. (2023). Perubahan Sosial dan Pengaruh Media Sosial Tentang Peran Instagram dalam Membentuk Identitas Diri Remaja. 1(3).

Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Aini, N., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. 06(02), 11029–11037.

Suler, J. (2004). The Online Disinhibition Effect. CyberPsychology & Behavior.

Sundar, S. S.Kang, H. (2016). When Self Is the Source: Effects of Media Customization on Message Processing. Media Psychology.

Supratman, L. P. (2009). Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native. 47–60.

Sugiyono, P. D. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. ALFABETA, CV.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2022). Metodologi Penelitian. Jurnal Metodologi Penelitian, 1–20.

Tormählen, M., Klinkova, G., & Grabinski, M. (2021). Statistical significance

revisited. Mathematics, 9(9), 1–16. https://doi.org/10.3390/math9090958

Valenzuela, S, G. de Z. (2012). Social Media Use for News and Individuals' Social Capital. Civic Engagement and Political Participation.

Waters, R. D., Burnett, E., Lamm, A., & Lucas, J. (2009). Engaging stakeholders through social networking: How nonprofit organizations are using Facebook. Public Relations Review, 35(2), 102-106.

Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why People Use Social Media: A Uses and Gratifications Approach. Qualitative Market Research: An International Journal.

Zhang, Y., Jansen, B. J., & Spink, A. (2014). ser satisfaction with web search engines: Effects of topic and system. Nformation Processing & Management