



## Pengaruh Media Sosial Instagram @PinterPolitik terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa

Yadi Supriadi, Annisa Gunawan\*, Dadi Ahmadi

*Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia*

### ARTICLE INFO

#### Article history :

Received : 25./07/2024

Revised : 28/12/2024

Published : 30/12/2024



Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 4

No. : 2

Halaman : 135- 140

Terbitan : **Desember 2024**

Terakreditasi [Sinta Peringkat 4](#)

berdasarkan Ristekdikti

No. 152/E/KPT/2023

### ABSTRAK

Artikel ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh media sosial Instagram, khususnya akun @Pinterpolitik, terhadap partisipasi politik mahasiswa dengan menggunakan metode kuantitatif. Media sosial, sebagai platform komunikasi digital, telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, termasuk dalam konteks politik. Penelitian ini memfokuskan pada pengaruh akun Instagram @Pinterpolitik sebagai sumber informasi politik bagi mahasiswa dan sejauh mana akun tersebut mempengaruhi tingkat partisipasi politik mereka dengan menggunakan 5 dimensi yaitu konten, informasi, interaksi, berbagi, dan koneksi. Penelitian ini diklasifikasikan dengan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivism. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan data pendukung dari studi kepustakaan. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat nilai sigifikansi  $0,395 < 0,05$  dan perolehan R Square 39,5% yang menunjukkan bahwa akun tersebut hanya menjelaskan sebagian kecil dari variasi tingkat partisipasi politik mahasiswa. Dengan demikian, meskipun akun @Pinterpolitik berkontribusi terhadap partisipasi politik mahasiswa, kontribusinya tidak terlalu besar.

**Kata Kunci :** Media sosial, Instagram, Partisipasi politik

### ABSTRACT

This article aims to investigate the influence of Instagram social media, particularly the @Pinterpolitik account, on students' political participation using quantitative methods. Social media, as a digital communication platform, has become an integral part of everyday life, including in the political context. This research focuses on the influence of the @Pinterpolitik Instagram account as a source of political information for students and the extent to which the account affects their level of political participation using Five dimensions namely content, information, interaction, sharing, and connection. This research is classified with a quantitative approach with a positivism paradigm. Data collection using questionnaires and supporting data from literature studies. The results show that there is a significance value of  $0.395 < 0.05$  and the acquisition of R Square 39.5% which indicates that the account only explains a small part of the variation in the level of student political participation. Thus, although the @Pinterpolitik account contributes to student political participation, the contribution is not too large.

**Keywords :** Social media, Instagram, Political participation

Copyright© 2024 The Author(s).

## A. Pendahuluan

Perkembangan manusia erat kaitannya dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kemajuan ini telah menyebabkan perubahan yang sangat besar dan signifikan bagi umat manusia. Media saat ini dijadikan masyarakat sebagai alat untuk mendapatkan informasi. Media dan internet memiliki hubungan yang saling mempengaruhi. Internetlah yang mengubah, menyampaikan dan berinteraksi dengan media pemanfaatan teknologi dalam pemberitaan (Ahmadi et al., 2023; Kurnia et al., 2022).

Menurut peninjauan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Jumlah orang yang terhubung dengan internet pada tahun 2022 – 2023 sebanyak 215.626.156 orang atau sebanyak 77.02 % dari total populasi Indonesia sebanyak 275.773.901 jiwa pada tahun 2022. Pada tahun 2023, tingkat penetrasi internet Indonesia meningkat menjadi 78.19%. Hal ini menyatakan bahwa penetrasi jumlah internet di Indonesia meningkat sehingga menandakan bahwa kemajuan teknologi dan tingkat keterhubungan di Indonesia meluas diantara penduduknya. Sementara dari segi umur, orang yang berselancar di dunia maya ini mayoritas adalah Gen Z (kelahiran 1997-2012) sebanyak 34,40%. Lalu, berusia generasi milenial (kelahiran 1981-1996) sebanyak 30,62% (APJII, 2024).

Media sosial dapat mempengaruhi berbagai bidang salah satunya bidang politik dimana media sosial sudah menjadi alat kampanye yang efektif karena media sosial dapat memproduksi informasi dan dapat menyebarluaskan secara efektif melalui media sosial (Budi et al., 2019; Clara Sari et al., 2018; Dian Nurvita Sari, 2020; Watie, 2016). Hasilnya, media sosial dapat berkontribusi aktif terhadap peningkatan demokrasi atau partisipasi politik (Muhamad, 2024; Nasrullah, 2017).

Dalam pemerintahan yang demokrasi ini seringkali isu – isu yang berkaitan dengan politik banyak menarik perhatian, khususnya apabila ada pemberitaan mengenai pemilu presiden karena pemilu di Indonesia hanya diadakan setiap 5 tahun sekali. Maka, pada saat taun pemilu maka masyarakat akan membuka media sosial untuk mencari informasi terkait pemilu. Berkat *platform* media sosial interaktif serupa YouTube, Facebook, WhatsApp, Instagram, dll (Adiputra, C & Wahyudin, 2019; Ahmadi et al., 2020, 2024; Ahmadi & Adzhani, 2019; Gray & Fox, 2018; Lukiani et al., 2021; Tekno, 2023). Maka, memudahkan masyarakat untuk mencari informasi karena sangat mudah di akses kapanpun dan dimanapun.

Pemberitaan politik di media sosial juga dapat mempengaruhi cara pandang remaja sebagai pemilih pada pemilu sehingga menimbulkan persepsi negatif atau positif media khususnya media sosial. Cara pandang generasi muda terhadap pesan-pesan politik dapat mencerminkan keberhasilan sosialisasi politik, yang dapat dipengaruhi oleh konten dan cara penyajiannya (Indrawan, 2020; Rachmiate et al., 2013).

Dalam eksplorasi ini, hiburan *online* Instagram dimanfaatkan sebagai wadah untuk memberikan data terkait berita politik yang terjadi di Indonesia. Instagram adalah media yang sangat populer dikalangan anak muda di Indonesia terutama generasi Z (Johana et al., 2020; Pratiwi et al., 2020). Berdasarkan data Napoleon Cat, ditemukan 111.187.100 pengguna Instagram di Indonesia pada bulan September 2023 mencakup 39.6% dari seluruh populasi Indonesia. Pengguna Instagram terbesar di Indonesia rata - rata remaja berusia 18 hingga 24 tahun. Pada saat ini generasi Z memanfaatkan Instagram tidak untuk berbagi foto dan video saja, tetapi mereka memanfaatkan media sosial juga sebagai alat untuk mencari informasi, salah satunya informasi politik.

Instagram dapat diakses oleh siapa pun yang memiliki akun (Bambang & Sudarma S, 2012). Instagram tidak hanya dapat digunakan sebagai alat untuk berbagi moment tetapi *Instagram* dapat dimanfaatkan untuk mencari informasi terkait politik yang sedang hangat dan juga dapat dimanfaatkan untuk berdiskusi secara online lewat fitur pada kolom komentar yang disediakan oleh pemilik akun, sehingga siapapun dapat mengeluarkan pendapat mereka terhadap suatu hal yang sedang jadi perbincangan.

Dalam kerangka pemerintahan mayoritas politik, dukungan adalah perspektif yang penting. Masyarakat atau masyarakat pada umumnya merupakan investor di negeri ini. Masyarakat umum menentukan nasib suatu negara, termasuk nasibnya sendiri. Korespondensi politik pada akhirnya mengarahkan tujuannya, khususnya pembentukan kerja sama politik. Dukungan politik merupakan kerja sama masyarakat sebagai warga dalam menentukan segala pilihan yang mengkhawatirkan atau mempengaruhi kehidupannya. Dukungan politik dapat diwujudkan dengan memberikan keistimewaan demokratis di kancah demokrasi dan menegur pendekatan pemerintah (Ming Ho et al., 2024a, 2024b).

Partisipasi Politik menurut Sitepu dalam Andriyendi et al. (2023) adalah aktivitas dilangsungkan secara perorangan atau berkelompok implikasinya sehubungan dengan strategi yang dilakukan oleh pemerintah. “Partisipasi politik merupakan aktivitas politik, misalnya kampanye yang melibatkan orang-orang atau perkumpulan asosiasi, biasanya kelompok parpol dan negara yang sepenuhnya bertujuan untuk memperluas partisipasi dalam kegiatan politik”.

Salah satu akun Instagram yang populer di Indonesia adalah akun Instagram @Pinterpolitik. Akun Instagram pinter politik adalah akun yang menjelaskan berita politik yang terjadi di Indonesia. Akun pinterpolitik mengemas konten-kontennya dengan sangat menarik, ringkas dan mudah dimengerti, sehingga menarik para generasi Z untuk lebih mengikuti perkembangan dari politik yang ada di Indonesia. Dilihat dari konten-konten yang diberikan akun pinter politik memiliki target kaum milenial, karena kaum milenial dinilai memiliki pemikiran yang kritis terhadap berpolitik dan dapat memahami dari berbagai sudut pandang.

Berdasarkan latar belakang yang sudah di paparkan diatas, maka peneliti melihat adanya pengaruh media sosial instagram terhadap partisipasi politik mahasiswa Fikom Unisba angkatan 20. Hal tersebut dapat dilihat dari karakteristik media sosial yaitu *content* (konten) *Information* (informasi) *interaction* (interaksi), *sharing* (berbagi) dan *connection* (koneksi). Alasan peneliti mengambil fokus pada karakteristik media sosial karena merupakan suatu indikator yang paling umum digunakan. Maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: ” Apakah Terdapat pengaruh media sosial Instagram @PinterPolitik terhadap partisipasi politik mahasiswa Fikom?”. selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media sosial Instagram @PinterPolitik terhadap partisipasi politik mahasiswa.

Media sosial dianggap berfungsi dengan baik karena memungkinkan orang berbagi informasi dengan cepat dan mudah kepada semua orang di masyarakat tanpa harus memilih siapa atau dimana mereka berada. Media sosial dalam buku Ani Mulyati memiliki beberapa karakteristik dari yakni: (1) Konten, yang dimaksud adalah konten yang dibagikan kepada khalayak seluas-luasnya dan tidak ada batasannya; (2) Informasi, muncul tanpa memulai suatu *gatekeeper* dan tidak ada yang menghambatnya; (3) Interaksi, merupakan proses yang terjadi diantara pengguna dan perangkat teknologi dengan adanya isi pesan yang disampaikan secara langsung; (4) *Sharing* atau penyebaran, medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya. Penyebaran ini terjadi melalui dua jenis, yaitu melalui konten dan melalui perangkat; (5) Koneksi atau Hubungan, yang dapat memudahkan (melancarkan) segala urusan dengan adanya keterlibatan atau timbal balik antar individu yang satu dengan individu yang lain serta saling mempengaruhi.

Pencetus teori ini adalah Ball-Rokeach & DeFleur teori ini dikenalkan pada tahun 1976. Teori dalam penelitian ini adalah dengan memanfaatkan kerangka hipotesis ketergantungan media (*Media System Dependency*). Kerangka kerja ketergantungan media adalah teori korespondensi massa yang berupaya memahami dampak jangka panjang media terhadap orang banyak dan masyarakat. Teori ini mengungkapkan bahwa ada hubungan penting antara media, kelompoknya, dan kerangka sosial. Menurut pendapat dalam teori ini adalah semakin seseorang bergantung kepada suatu media untuk memenuhi kebutuhannya maka semakin tinggi peran media dalam hidup seseorang dan akan memiliki pengaruh kepada orang tersebut.

Pemikiran terpenting dari teori ini adalah bahwa dalam masyarakat modern, audience menjadi tergantung pada media massa sebagai sumber informasi bagi pengetahuan tentang, dan orientasi kepada, apa yang terjadi dalam masyarakatnya.

Partisipasi politik merupakan seseorang atau kelompok yang ikut terlibat dalam berpartisipasi untuk menentukan nasib suatu bangsa kedepannya. Menurut Huntington (1990), partisipasi politik adalah kegiatan warga negara yang bertindak sebagai pribadi-pribadi yang dimaksudkan untuk mempengaruhi pembuatan keputusan pemerintah. Partisipasi politik adalah keterlibatan warga dalam segala tahapan kebijakan, mulai dari sejak pembuatan keputusan sampai dengan penilaian keputusan, termasuk juga peluang untuk ikut serta dalam pelaksanaan keputusan. Dalam buku Arifin Rahmat bentuk partisipasi politik yakni: (1) Pemberian suara yakni adanya kegiatan ikut serta memilih aktif dalam kegiatan perpolitikan; (2) Diskusi politik adalah orang atau kelompok yang membuka diri akan masuknya informasi politik sehingga mengeluarkan output; (3) Kegiatan kampanye adalah suatu tindakan perorangan atau kelompok yang tujuannya untuk mencapai suatu dukungan; (4) Membentuk dan bergabung dalam kelompok kepentingan, komunikasi individual dengan pejabat politik administratif.

## B. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode teknik analisis korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah mahasiswa fikom UNISBA angkatan 2020 yang sesuai dengan kriteria dalam penelitian ini. Dengan teknik pengambilan sampel yaitu Total Sampling diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 68 mahasiswa. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, observasi, dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis deskriptif.

## C. Hasil dan Pembahasan

Pengaruh media sosial dalam penelitian ini meliputi *content* (konten) *Information* (informasi) *interaction* (interaksi), *sharing* (berbagi) dan *connection* (koneksi). Sedangkan partisipasi politik meliputi pemilihan suara, diskusi politik, kampanye, dan bergabung dalam kelompok kepentingan. Berikut adalah penelitian mengenai pengaruh media sosial Instagram @PinterPolitik terhadap partisipasi politik, yang diuji menggunakan teknik uji regresi linear sederhana. Hasil pengujian dijelaskan pada **Tabel 1**.

**Tabel 1:** Pengaruh Media Sosial Instagram @PinterPolitik (X) Terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa (Y)

Variabel	$r_s$	$t_{hitung}$	$T_{tabel}$	Keputusan	Tingkat Pengaruh	Koefisien Determinasi
X	0,395	6.565	1.997	Ho ditolak	Rendah	39,5 %

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2024.

Dalam penelitian ini melibatkan 68 responden dengan rentang usia 21 – 24 tahun. Dalam penelitian ini sebanyak 68 mahasiswa memiliki akun Instagram dan telah mengikuti akun @PinterPolitik. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua responden memiliki media sosial Instagram. Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi yang didapat dari hasil perhitungan adalah 39,5%. Hal ini memberikan pengertian bahwa partisipasi politik dipengaruhi oleh media sosial Instagram @PinterPolitik sebesar 39,5% sedangkan sisanya 60,5% merupakan kontribusi variabel lain selain akun @PinterPolitik. Pengaruh ini termasuk dalam kategori rendah menurut tabel interpretasi nilai koefisien determinasi. Hasil Pengujian dengan statistik didapat nilai t-hitung (6.565) > t-tabel (1.997). Hal tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh antara media sosial Instagram @PinterPolitik terhadap partisipasi politik mahasiswa.

Berdasarkan analisis yaitu peneliti telah meneliti sebanyak 68 responden yaitu mahasiswa Fikom Unisba angkatan 2020. Berdasar hasil uji yang telah dilakukan dinyatakan bahwa dilihat dari uji regresi linear sederhana nilai signifikansi menunjukkan t-hitung > t-tabel. Hasil Pengujian dengan statistik didapat nilai t-hitung (6.565) > t-tabel (1.997) hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis H1 diterima. Hasil uji regresi sederhana terdapat sig. 0,000 < 0,05 dan dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,395 atau 39,5% angka tersebut berarti bahwa variabel penaruh media sosial (X) berpengaruh terhadap variabel (Y) yang artinya variabel interaksi memiliki pengaruh terhadap partisipasi politik.

### **Pengaruh Konten Terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa.**

Pengaruh konten berpengaruh signifikan terhadap partisipasi politik. Sesuai dengan teori ketergantungan media bahwa ketergantungan pada konten media terjadi saat individu sangat bergantung pada media untuk mendapatkan informasi yang dianggap penting untuk kehidupan sehari – hari. Hal tersebut dibuktikan bahwa konten yang di posting oleh akun @PinterPolitik sesuai dengan kebutuhan mahasiswa untuk mencari informasi politik jelang pemilu dan memiliki ciri khas yang unik dan tidak dapat ditemukan pada akun lain sehingga pembaca merasa tertarik untuk menikmati konten dari akun Instagram @PinterPolitik dengan kontribusi yang cukup kuat.

### **Pengaruh Informasi Terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa.**

Informasi pada pengaruh media sosial Instagram @PinterPolitik berpengaruh signifikan terhadap partisipasi politik dengan pengaruh cukup kuat. Kebutuhan akan informasi membuat masyarakat bergantung pada media massa untuk menggali informasi sesuai dengan tujuan masing masing, masyarakat akan mencari terus

informasi sampai mereka mendapatkan apa yang ingin mereka dapatkan. Sama halnya dengan mahasiswa fikom'20 yang ingin mencari informasi politik yang sedang hangat dan terpercaya dengan mencarinya lewat akun Instagram @PinterPolitik. Mahasiswa pengguna akun Instagram @PinterPolitik menyetujui bahwa informasi yang disampaikan oleh akun @PinterPolitik sangat mudah dipahami dan didukung oleh sumber yang akurat juga.

#### **Pengaruh Interaksi Terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa.**

Interaksi pada pengaruh media sosial Instagram berpengaruh secara signifikan dengan dilihat dari hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,395 atau 39,5% dengan memiliki arti koefisien tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap partisipasi politik. Kebutuhan akan informasi membuat masyarakat bergantung pada media massa untuk menggali informasi sesuai dengan tujuan masing masing, masyarakat akan mencari terus informasi sampai mereka mendapatkan apa yang ingin mereka dapatkan. Sama halnya dengan mahasiswa fikom'20 yang ingin mencari informasi politik yang sedang hangat dan terpercaya dengan mencarinya lewat akun Instagram @PinterPolitik. Mahasiswa juga menyetujui bahwa interaksi yang disediakan oleh akun @PinterPolitik sangat membantu mereka dalam berinteraksi untuk saling bertukar pendapat.

#### **Pengaruh Berbagi / Sharing Terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa.**

Berbagi pada pengaruh media sosial Instagram @PinterPolitik terhadap partisipasi politik berpengaruh secara signifikan terhadap partisipasi politik. Dilihat dari hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,395 atau 39,5% dengan memiliki arti koefisien tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap partisipasi politik. Berbagi konten lewat media sosial Instagram bisa memudahkan informasi menyebar dengan cepat dan dapat mencapai audiens yang luas. Maka dari itu, saat mahasiswa / khalayak membagikan informasi di akun media sosial instagram mereka masing masing atau melakukan repost di akun Instagram mereka akan terjadi penyebaran informasi yang semakin luas dan mereka juga menjadi agen dalam penyebaran informasi yang memperkuat ketergantungan orang lain pada media sosial sebagai alat untuk mencari informasi.

#### **Pengaruh Koneksi Terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa.**

Koneksi pada pengaruh media sosial Instagram @PinterPolitik terhadap partisipasi politik berpengaruh signifikan terhadap partisipasi politik. Dilihat dari hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,395 atau 39,5% dengan memiliki arti koefisien tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap partisipasi politik. Koneksi di media sosial mencakup interaksi langsung antara pengguna melalui komentar atau pesan pribadi. Dengan adanya fitur komentar di Instagram @PinterPolitik memudahkan para mahasiswa / khalayak untuk berdiskusi tentang politik. Tingkat engagement yang tinggi di media sosial menunjukkan adanya koneksi yang kuat antara pengguna dan komunitas / akun berita politik yang mereka ikuti.

Hasil dari penelitian ini terlihat bahwa pengaruh media sosial Instagram @Pinterpolitik terhadap partisipasi politik memiliki pengaruh yang rendah. Meskipun partisipasi politik rendah namun semua responden tetap berpartisipasi dalam memberikan suara dengan mengikuti pemilu 2024. partisipasi politika dapat ditingkatkan apabila pemilih muda sebagai pengguna internet dapat termotivasi untuk dapat menggunakan atau mengoperasikan sosial media sebagaimana mestinya dan ditambah dengan pengawasan dengan wawasan politik yang cukup.

### **D. Kesimpulan**

Mendasar pada hasil penelitian ini, diketahui bahwa lima variabel yaitu *content* (konten) *Information* (informasi) *interaction* (interaksi), *sharing* (berbagi) dan *connection* (koneksi) mempengaruhi partisipasi politik mahasiswa fikom 20 Unisba. Media sosial memberikan kemudahan untuk semua orang untuk mendapatkan dan menerima segala bentuk informasi darimana pun, terutama penggunaan akun media sosial seperti Instagram yang saat ini sudah menjadi gaya hidup dan memang sudah menguasai dunia maya.

Demokrasi dan media sosial merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Media sosial berperan penting sebagai vaktor yang dapat mewariskan citra positif dalam meningkatkan partisipasi politik di generasi muda Dominasi media sosial terhadap partisipasi politik merupakan salah satu diantara parameter politik di Indonesia dan telah memainkan fungsi sentral untuk membentuk partisipasi politik.

## Daftar Pustaka

- Adiputra, C. & Wahyudin, D. (2019). Analisis Literasi Digital Pada Konten Instagram @infinitygenre. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1), 25–34.
- Ahmadi, D., & Adzhani, A. V. (2019). The Use Instagram with Visiting Interest: The correlation between the use @littlecollins.bdg Instagram with Visiting Interest. *Journal of Physics: Conference Series*, 1375(1), 1–6. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1375/1/012055>
- Ahmadi, D., Kurnia, S. S., Firmansyah, & Iskandar, D. (2023). The Effect of Digital Journalism Training on Media Sub Domain PR FM and PR MN on Cognitive Improvement of the Editorial Crew. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i18.14290>
- Ahmadi, D., Sabarina, C., & Harahap, E. H. (2020). Implementation Information Technology Through Channel Youtube “Lampu Islam.” In A. Rachmiate, D. M. Sodik, D. Ahmadi, I. J. Triwardhani, A. Satriani, R. Adwiyah, A. Alhamuddin, & A. F. Sebayang (Eds.), *Atlantis Press* (Vol. 409, Issue SoRes 2019, pp. 630–631). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200225.137>
- Ahmadi, D., Septiawan, S., Indra, S., Firmansyah, & Iskandar, D. (2024). Effect of WhatsApp Promotional Messages on Audience Interest in Accessing News. *SiRes*, 1–7. <https://doi.org/10.1063/5.0225981>
- APIII. (2024). *APIII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. [https://apiii.or.id/berita/d/apiii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang?utm\\_source=chatgpt.com](https://apiii.or.id/berita/d/apiii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang?utm_source=chatgpt.com)
- Bambang, & Sudarma S. (2012). *Instagram Handbook*. Mediakita.
- Budi, B. B., Arif, E., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(1), 34. <https://doi.org/10.25077/rk.3.1.34-44.2019>
- Clara Sari, A., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). *Komunikasi dan Media Sosial*. <https://www.researchgate.net/publication/329998890>
- Dian Nurvita Sari, A. B. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting. *PERSEPSI: Communication Journal*, 3, 27.
- Gray, N., & Fox, M. (2018). Social Media Marketing Step by Step Instructions For Advertising Your Business on Facebook, Youtube. *Book*, 384.
- Indrawan, J. (2020). Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*.
- Johana, K., Lestari, F. D., & Fauziah, D. N. (2020). Penggunaan Fitur Instagram Story Sebagai Media Self Disclosure dan Perilaku Keseharian Mahasiswi Public Relations Universitas Mercu Buana. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(3), 280–289. <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i3.111>
- Kurnia, S. S., Ahmadi, D., Firmansyah, F., Karsa, S. I., & Iskandar, D. (2022). Interpretation of television journalists Utilizing Smartphone Technology on Reporting Disaster. *Islam, Media and Education in The Digital Era*, 534–539. <https://doi.org/10.1201/9781003219149-78>
- Lukiani, E. R. M. L., Rizka, A. N., Afandi, T. Y., Arifin, Z., Surindra, B., Irmayanti, E., & Prastyaningtyas, E. W. (2021). Peran Instagram dalam Membentuk Perilaku Konsumsi Remaja. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 5(1), 97–104. <https://doi.org/10.29407/ja.v5i1.15969>
- Ming Ho, Agustinus Rusdianto Berto, & Endah Murwani. (2024a). Perang Narasi di Instagram: Analisis Sentimen dan Pola Komunikasi Netizen Terkait Hasil Pilpres 2024. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital (JRJMD)*, 4(1), 79–88.
- Ming Ho, Agustinus Rusdianto Berto, & Endah Murwani. (2024b). Perang Narasi di Instagram: Analisis Sentimen dan Pola Komunikasi Netizen Terkait Hasil Pilpres 2024. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 79–88. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v4i1.3948>
- Muhamad, N. (2024, February 9). *Media Sosial Jadi Sumber Utama Gen Z dalam Mengakses Berita*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/09/media-sosial-jadi-sumber-utama-gen-z-dalam-mengakses-berita>
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Remaja Rosdakarya.
- Pratiwi, D. E., Mustikasari, A., & Hanifa, F. H. (2020). Efektivitas Iklan Sosial Media Instagram Menggunakan Metode Customer Response Index (Studi Kasus Pada Avana Id Tahun 2020). *E-Proceeding of Applied Science*, 920–926.
- Rachmiate, A., Hasbiansyah, O., Khotimah, E., & Ahmadi, D. (2013). Strategi Komunikasi Politik dan Budaya Transparansi Partai Politik. *MIMBAR, Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 29(2), 123. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v29i2.384>
- Tekno, H. T. (2023, December 5). Cara Join Membership Youtube Untuk Dukung Youtuber Favorit. *Kumparan*. <https://kumparan.com/how-to-tekno/cara-join-membership-youtube-untuk-dukung-youtuber-favorit-21i3gDWwluF/full>
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>