

**PEMANFAATAN AKUN @*LITERARYBASE* TERHADAP PEMENUHAN
KEBUTUHAN INFORMASI MENGENAI SASTRA BAGI PENGIKUTNYA**

(Studi Kuantitatif Deskriptif pada Pengikut Akun @*literarybase*)

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada
Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi*



**Disusun oleh:
Maghfira Herdiani
1900973**

**PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN SAINS INFORMASI
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2023**

**PEMANFAATAN AKUN @LITERARYBASE TERHADAP PEMENUHAN
KEBUTUHAN INFORMASI MENGENAI SASTRA BAGI PENGIKUTNYA**

(Studi Kuantitatif Deskriptif pada Pengikut Akun @*literarybase*)

Oleh:

Maghfira Herdiani

1900973

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Sains Informasi pada Fakultas Ilmu Pendidikan

© **Maghfira Herdiani**

Universitas Pendidikan Indonesia

November 2023

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang,
difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

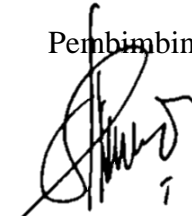
Maghfira Herdiani

1900973

**PEMANFAATAN AKUN @*LITERARYBASE* TERHADAP PEMENUHAN
KEBUTUHAN INFORMASI MENGENAI SASTRA BAGI PENGIKUTNYA**
(Studi Kuantitatif Deskriptif pada Pengikut Akun @*literarybase*)

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Dr. Linda Setiawati, M.Pd.

NIP. 19690821 99412 2 001

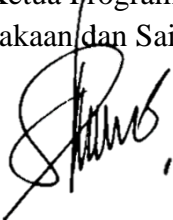
Pembimbing II



Susanti Agustina, S.Sos., M.I.Kom

NIP. 19860812 201404 2 002

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Perpustakaan dan Sains Informasi



Dr. Linda Setiawati, M.Pd.

NIP. 19690821 99412 2 001

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PEMANFAATAN AKUN @LITERARYBASE TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI MENGENAI SASTRA BAGI PENGIKUTNYA (Studi Kuantitatif Deskriptif pada Pengikut Akun @literarybase)”** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Desember 2023

Peneliti,

Maghfira Herdiani

NIM. 1900973

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pemanfaatan Akun *@literarybase* terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mengenai Sastra bagi Pengikutnya (Studi Kuantitatif Deskriptif pada Pengikut Akun *@literarybase*)”. Sholawat serta salam semoga tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, sahabatnya, serta kepada kita selaku umatnya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Informasi pada Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memaparkan faktor pengikut akun *@literarybase* melakukan pencarian informasi melalui akun *@literarybase* serta untuk mengetahui bagaimana pemenuhan kebutuhan informasi pengikut akun *@literarybase*.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna yang tidak luput dari segala kekurangan, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi peneliti serta banyak pihak.

Bandung, November 2023

Peneliti,

Maghfira Herdiani

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, tiada kata yang pantas terucap selain rasa syukur kehadiran Allah SWT yang berkat limpahan dan rahmat-Nya peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pemanfaatan Akun @literarybase terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mengenai Sastra bagi Pengikutnya (Studi Kuantitatif Deskriptif pada Pengikut Akun @literarybase)” dengan baik.

Peneliti menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala. Namun, berkat bimbingan, bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak selama proses penulisan skripsi ini, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin memberikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua peneliti yakni Bapak Didi dan Ibu Mia Hermawati yang senantiasa selalu memberikan doa serta motivasi sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik, juga untuk Kakak Vieri Bagja Herdiawan yang senantiasa selalu memberikan dukungan.
2. Ibu Dr. Linda Setiawati, M.Pd., selaku Ketua Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi sekaligus pembimbing I yang telah memberikan waktunya untuk membimbing, memberikan saran serta masukan yang membangun sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Ibu Susanti Agustina, S.Sos., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing II serta selaku dosen pembimbing akademik yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan arahan, serta dukungan dari awal perkuliahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan serta kebersamaan peneliti dalam setiap proses perkuliahan.
5. Bapak Riksa Alhasil, yang senantiasa membantu peneliti untuk mengurus keperluan administrasi peneliti selama perkuliahan hingga selesai.

6. Bapak Adrio Kusmareza Adim, M.A.,CEC., selaku dosen Ilmu Komunikasi Universitas Telkom yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi *Expert Judgement* dan memberikan masukan yang membangun bagi peneliti.
7. Pihak admin @literarybase yang senantiasa memberikan izin penelitian dan respon positif bagi peneliti.
8. Seluruh pengikut akun @literarybase yang berkenan meluangkan waktunya dan berpartisipasi untuk memberikan informasi bagi penelitian ini.
9. Teruntuk Regu Tulip, Silva Anggraeni, Lutvika Aniq Inayah, Yuli Nuriyanti, yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi, serta hiburan bagi peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
10. Kepada Adinda Khoerunnisa Aprilia yang selalu membantu, memberikan motivasi dan menjadi teman berkeluh kesah selama penyusunan skripsi, kepada Neni Apriyani, Diah Fatma Ramadhani, Vanira Rima Shinta, Akhlam Hanifah Ashari, Thryas Prameswara, Zahra Nur Azizah, serta Fitriyani yang selalu memberikan dukungan dan kebersamaan peneliti dari awal perkuliahan hingga akhir.
11. Kepada seluruh rekan-rekan Perpustakaan angkatan 2019 yang berjuang bersama-sama dan berbagi pengalaman.
12. Untuk diri sendiri, terima kasih sudah tidak menyerah dan berjuang perlahan-lahan untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kemudahan dalam menjalani kehidupan kedepannya.

Serta untuk pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu terima kasih telah membantu dan memberikan doa serta motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini, semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan yang telah diberikan.

ABSTRAK

Maghfira Herdiani (1900973). Pemanfaatan Akun *@Literarybase* terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mengenai Sastra bagi Pengikutnya. (Studi Kuantitatif Deskriptif pada Pengikut Akun *@literarybase*)

Skripsi Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Ilmu Pendidikan. Universitas Pendidikan Indonesia. Tahun 2023

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya masyarakat Indonesia yang memilih menggunakan media sosial untuk melakukan pencarian informasi. Salah satu media sosial yang marak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Twitter. Pengguna Twitter Indonesia banyak menggunakan akun *autobase* untuk melakukan pencarian informasi. Salah satu akun *autobase* yang memiliki banyak pengikut dan rutin digunakan setiap harinya adalah akun *@literarybase*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor pengikut akun *@literarybase* melakukan pencarian informasi melalui akun *@literarybase* dan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan akun *@literarybase* dalam memenuhi kebutuhan informasi pengikut. Adapun kebutuhan informasi terbagi menjadi *current need approach*, *everyday need approach*, *exhaustic need approach*, dan *catching-up need approach*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Responden dari penelitian ini adalah pengikut akun *@literarybase*. Berdasarkan penelitian didapatkan hasil bahwa faktor pendorong utama pengikut akun *@literarybase* melakukan pencarian informasi melalui akun *@literarybase* adalah faktor identitas pribadi. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa kebutuhan informasi *current need approach* berada dalam kategori sangat, *everyday need approach* berkategori sangat baik, *exhaustic need approach* berada dalam kategori sangat baik dengan, dan yang terakhir *catching-up need approach* berada dalam kategori yang sangat baik pula. Selain itu penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan akun *@literarybase* berada pada kategori yang cukup dalam memenuhi kebutuhan informasi pengikut akun *@literarybase*.

Kata Kunci: Kebutuhan Informasi, Media Sosial, Pemanfaatan Twitter

ABSTRACT

Maghfira Herdiani (1900973). *Utilization of @literarybase Account on the Fulfillment Information Needs About Literature for Followers. (Descriptive Quantitative Study on Account Followers @literarybase)*

Thesis of Library and Information Science Program, Faculty of Educational Science. Indonesia University of Education. Year 2023

This research was motivated by the large number of Indonesians who chose to use social media to search for information. One of the social media that is widely used by the people of Indonesia is Twitter. Many Indonesian Twitter users use autobase accounts to search for information. One of the autobase accounts that has many followers and is routinely used every day is the @literarybase account. This research was conducted to determine the follower factor of the account @literarybase search for information through @literarybase accounts and to find out how the utilization of @literarybase accounts in meeting the information needs of followers. The information needs are divided into current need approach, everyday need approach, exhaustic need approach, and catching-up need approach. This research was conducted using descriptive quantitative methods. The respondents of this study were followers of @literarybase accounts. Based on the research, it was found that the main driving factor for account followers @literarybase searching for information through @literarybase accounts is personal identity. Based on the results of the study, it can be seen that the current need approach information needs are in the very good category, the everyday need approach is in the very good category, the exhaustic need approach is in the very good category with, and the last catching-up need approach is in the very good category as well. In addition, research shows that the utilization of @literarybase accounts is in a sufficient category in meeting the information needs of followers of @literarybase accounts.

Keywords: *Information Needs, Media Social, Twitter Utilization*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Struktur Organisasi.....	11
BAB II	12
KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Media Baru	12
2.2 Alasan Penggunaan Media	13
2.3 Media Sosial	14
2.4 Twitter	16

2.5 Akun @Literarybase	16
2.6 Kebutuhan Informasi	17
2.7 Sastra	20
2.8 Sastra Sebagai Kebutuhan Informasi.....	21
2.9 Penelitian Terdahulu.....	22
2.10 Kerangka berpikir	35
BAB III	36
METODE PENELITIAN	36
3.1 Desain Penelitian	36
3.2 Variabel Penelitian	37
3.3 Partisipan	37
3.4 Populasi dan Sampel	37
3.5 Instrumen Penelitian.....	38
3.6 Uji Validitas	42
3.7 Uji Reliabilitas.....	45
3.8 Prosedur Penelitian.....	46
3.9 Analisis Data	47
3.10 Uji Normalitas	48
3.11 Uji Linearitas	48
3.12 Uji Hipotesis.....	48
BAB IV	49
TEMUAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Deskripsi Penelitian.....	49
4.2 Deskripsi Umum Responden.....	49

4.3 Deskripsi Hasil Temuan Penelitian	50
4.3.1 Deskripsi Hasil Data Pemanfaatan Akun @ <i>literarybase</i>	50
4.3.1.1 Deskripsi Indikator Informasi	52
4.3.1.2 Deskripsi Indikator Identitas Pribadi.....	55
4.3.1.3 Deskripsi Indikator Integritas dan Interaksi Sosial	56
4.3.1.4 Deskripsi Indikator Hiburan	58
4.3.2 Deskripsi Hasil Data Kebutuhan Informasi.....	60
4.3.2.1 Deskripsi Indikator <i>Current Need Approach</i>	62
4.3.2.2 Deskripsi Indikator <i>Everyday Need Approach</i>	65
4.3.2.3 Deskripsi Indikator <i>Exhaustic Need Approach</i>	67
3.2.3.4 Deskripsi Indikator <i>Catching-Up Need Approach</i>	70
4.4 Hasil Analisis Data	72
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	72
4.4.2 Uji Linearitas	73
4.5 Uji Hipotesis.....	73
4.5.1 Uji Regresi Linear Sederhana.....	74
4.5.2 Uji F.....	75
4.5.3 Uji T	75
4.5.4 Uji Koefisien Determinasi.....	76
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
4.6.1 Faktor Pencarian Informasi Pada Akun @ <i>literarybase</i>	77
4.6.2 Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Current Need Approach</i>	80
4.6.3 Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Everyday Need Approach</i>	81
4.6.4 Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Exhaustic Need Approach</i>	82

4.6.5 Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Catching-Up Need Approach</i>	84
4.6.6 Pemanfaatan Akun @literarybase terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mengenai Sastra bagi Pengikutnya	85
BAB V	86
SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	86
5.1 Simpulan.....	86
5.1.1 Simpulan Umum.....	86
5.1.2 Simpulan Khusus.....	86
5.2 Implikasi dan Rekomendasi	87
5.2.1 Implikasi	87
5.2.2 Rekomendasi	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Literature Review	26
Tabel 3.1 Desain Penelitian.....	37
Tabel 3.2 Skala Likert	39
Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Variabel X	39
Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen Variabel Y	41
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel X	43
Tabel 3.6 Uji Validitas Variabel Y	43
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Instrumen	44
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	45
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	46
Tabel 3.10 Interpretasi skor.....	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Jawaban Responden terhadap Pemanfaatan Akun @literarybase	51
Tabel 4.3 Interpretasi Skor	52
Tabel 4.4 Jawaban Responden Indikator Informasi	53
Tabel 4.5 Interpretasi Skor	54
Tabel 4.6 Jawaban Responden Indikator Identitas Pribadi	55
Tabel 4.7 Interpretasi Skor	56
Tabel 4.8 Jawaban Responden Integritas dan Interaksi Sosial	57
Tabel 4.9 Interpretasi Skor	58
Tabel 4.10 Jawaban Responden Indikator Hiburan	58
Tabel 4.11 Interpretasi Skor	60
Tabel 4.12 Jawaban Responden terhadap Kebutuhan Informasi	61
Tabel 4.13 Interpretasi Skor	62
Tabel 4. 14 Jawaban Responden Terhadap <i>Current Need Approach</i>	63
Tabel 4.15 Interpretasi Skor	64
Tabel 4.16 Jawaban Responden Indikator <i>Everyday Need Approach</i>	65
Tabel 4.17 Interpretasi Skor	67

Tabel 4.18 Jawaban Responden Indikator <i>Exhaustic Need Approach</i>	67
Tabel 4.19 Interpretasi Skor	69
Tabel 4.20 Jawaban Responden Indikator <i>Catching-Up Need Approach</i>	70
Tabel 4.21 Interpretasi Skor	71
Tabel 4. 22 Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 4.23 Hasil Uji Linearitas	73
Tabel 4.24 Hasil Uji Linear Sederhana	74
Tabel 4.25 Hasil Uji F	75
Tabel 4.26 Hasil Uji T.....	75
Tabel 4.27 Hasil Uji Koefisien Determinasi	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Persentase Media Sosial Sebagai Sumber Informasi.....	2
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia.....	2
Gambar 1.3 Negara Pengguna Twitter Terbanyak.....	3
Gambar 1.4 Contoh Menfess Akun @literarybase.....	5
Gambar 1.5 Contoh Menfess Akun @literarybase.....	6
Gambar 1.6 Contoh Reply Menfess Akun @literarybase	6
Gambar 1.7 Contoh Menfess yang Kurang Mendapatkan Respon	7
Gambar 2.1 Beranda Akun @literarybase.....	17
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	35
Gambar 4.1 Salah Satu Menfess Reading Challenge	78
Gambar 4.2 Salah Satu Menfess @literarybase.....	79
Gambar 4.3 Jawaban dari Menfess di atas	81
Gambar 4.4 Salah Satu Menfess Mengenai Rekomendasi Buku	83
Gambar 4.5 Jawaban Menfess Rekomendasi Buku.....	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

1.1 Surat Keputusan Dosen Pembimbing	96
1. 2 Surat Izin Penelitian Akun @literarybase	97
1.3 Surat Permohonan <i>Expert Judgement</i>	98
1.4 Surat Pernyataan <i>Expert Judgement</i>	99
1.5 Catatan Bimbingan Dosen.....	100
1.6 Surat Pernyataan Cek <i>Similiarity</i>	103

Lampiran 2

2.1 Instrumen Penelitian.....	105
2.2 Izin Penelitian.....	109
2.3 Penyebaran Kuesioner.....	109
2.4 Tampilan <i>Google Form</i>	111
2.5 Tabulasi Data	111

Lampiran 3

3.1 Biodata Diri	117
------------------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

- Ahlqvist, T., Bäck, A., Halonen, M., & Heinonen, S. (2008). Social media roadmaps. *Helsinki: Edita Prima Oy*.
- Anugrahwisesa, A., & Rina, N. (2019). Efektivitas Komunikasi Akun Twitter @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 6(3).
- Blumer, J.G. & E. Katz. (1974). *The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*. Beverly Hills: Sage Publication.
- Bunga, S. M. F., & Rachman, M. A. (2022). Peran akun Twitter@ *literarybase* dalam meningkatkan minat baca followersnya. *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 18(1), 98-112. <https://doi.org/10.22146/bip.v18i1.2375>
- Databoks (2022). “10 Negara dengan Jumlah Pengguna Twitter Terbanyak di Dunia (2023, 27 Februari)”. [Online]. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/27/pengguna-Twitter-di-indonesia-capai-24-juta-hingga-awal-2023-peringkat-berapa-di-dunia>
- Databoks (2022). “73 Persen Masyarakat Mendapatkan Informasi dari Media Sosial”. [Online]. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/29/media-sosial-salah-satu-sumber-utama-mendapatkan-informasi>
- Eadie, W. F. (Ed.). (2009). *21st century communication: a reference handbook*. Sage Publications.
- Emarita, N., Suryana, A., & Aristi, N. (2012). Hubungan antara Pencarian Informasi Melalui Twitter@ BdgBerkebun dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Students e-Journal*, 1(1), 27.
- Fatmawati, E. (2015). Kebutuhan informasi pemustaka dalam teori dan praktek. *Info Persadha*, 13(1), 2-13.
- Faturrahman, M. (2016). Model-model perilaku pencarian informasi. *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi)*, 1(1), 74-91.

- Fauziah, K., & Triyanto, A. (2018). The influence of Jobstreet. com toward the fulfillment of job vacancy information needs. *Library Philosophy and Practice*.
- Fauziyah, N., & Dewi, A. O. P. (2023). Pengalaman Informasi Followers Autobase Twitter @ohmybeautybank dalam memenuhi kebutuhan informasi seputar kecantikan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 12(1), 17-31.
- Flew, Terry. (2005). *New Media, An Introduction, second edition*. Australia: Oxford University Press
- Guha, Bimalendu. (2005). *Documentation and Information: Services, Techniques and Systems. 2nd ed*. Calcutta: World Press
- Harisanty, D. (2013). Kebutuhan informasi siswa SMA dan ketersediaan sumber informasi pada perpustakaan SMA di Surabaya. *Academia*.
- Howard, P. N., & Parks, M. R. (2012). Social media and political change: Capacity, constraint, and consequence. *Journal of communication*, 62(2), 359-362. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01626.x>
- Ismayani, R. M. (2017). Kreativitas dalam pembelajaran literasi teks sastra. *Semantik*, 2(2), 67-86.
- Istiawan, S. R. (2014). Pemanfaatan koleksi perpustakaan pada mahasiswa di perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, h, 3.
- Jafar, R. A. N., Hadawiah, H., & Zelfia, Z. (2021). Pengaruh Akun Twitter@ Collegemenfess Terhadap Pemenuhan Informasi Mahasiswa Di Makassar. *RESPON*, 2(3). <https://doi.org/10.33096/respon.v2i3.48>
- Johnson, P. R., & Yang, S. (2009). Uses and gratifications of Twitter: An examination of user motives and satisfaction of Twitter use. *In Communication Technology Division of the annual convention of the Association for Education in Journalism and Mass Communication in Boston, MA* (Vol. 54).
- Kang, B., O'Donovan, J., & Höllerer, T. (2012, February). Modeling topic specific credibility on Twitter. *In Proceedings of the 2012 ACM international*

- conference on Intelligent User Interfaces* (pp. 179-188).
<https://doi.org/10.1145/2166966.2166998>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Karunia, 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.
- Katz, E., & Foulkes, D. (1962). On the use of the mass media as “escape”: Clarification of a concept. *Public opinion quarterly*, 26(3), 377-388.
<https://doi.org/10.1086/267111>
- Katz, E., Haas, H., & Gurevitch, M. (1973). On the use of the mass media for important things. *American sociological review*, 164-181.
<https://doi.org/10.2307/2094393>
- Knight, S. A., & Burn, J. (2005). Developing a framework for assessing information quality on the World Wide Web. *Informing Science*, 8.
<https://doi.org/10.28945/2854>
- Ko, H., Cho, C. H., & Roberts, M. S. (2005). Internet uses and gratifications: A structural equation model of interactive advertising. *Journal of advertising*, 34(2), 57-70.
- Kurmia, N. (2005). Perkembangan teknologi komunikasi dan media baru: Implikasi terhadap teori komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 6(2), 291-296.
<https://doi.org/10.29313/mediator.v6i2.1197>
- Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2016). Literasi media digital mahasiswa universitas muhammadiyah bengkulu. *Jurnal Komunikator*, 8(2), 51-66.
- Levinson, Paul. (2009). *New New Media*. Boston: Allyn & Bacon
- Lewis, B. K. (2010). Social media and strategic communication: Attitudes and perceptions among college students. *Public Relations Journal*, 4(3), 1-23.

- Liani, D. N., & Rina, N. (2020). Motif penggunaan media sosial Twitter (studi deskriptif kuantitatif pada pengikut akun Twitter @EXOind). *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 20(1), 59-67. <https://doi.org/10.31294/jc.v20i1.7747>
- Liu, I., Cheung, C., & Lee M. (2010). Understanding Twitter usage: What drive people continue to tweet. *Proceedings of Pacific Asia Conference on Information Systems*. Taipei, Taiwan
- Mcquail, D. (2009). *Mass Communication Theory*. London: Stage Publication Ltd.
- Meilinda, N. (2018). Social media on campus: studi peran media sosial sebagai media penyebaran informasi akademik pada mahasiswa di program studi ilmu komunikasi FISIP UNSRI. *The Journal of Society and Media*, 2(1), 53-64.
- Mursito, H. (2019). Sosial media sebagai upaya peningkatan penjualan produk UKM. *PEKOBIS: Jurnal Pendidikan, Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 41-47.
- Nafiisah, S. (2023). Hubungan Pencarian Informasi Lee Jen0 pada Akun Twitter@LeeJeno_IDN dengan Kebutuhan Informasi Followers. *Tibanndaru: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 7(1), 67-82. <http://dx.doi.org/10.30742/tb.v7i1.2672>
- Nasution, M. R., Farida, N., & Lestari, F. D. (2023). Penggunaan Media dan Kredibilitas Media Online: Menganalisis Pengaruhnya pada Pemenuhan Kebutuhan Informasi Audience. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 76-86. <http://dx.doi.org/10.35760/mkm.2023.v7i1.8435>
- Nurhadi, Z. F. (2017). Model komunikasi sosial remaja melalui media twitter. *Jurnal Aspikom*, 3(3), 539-549. <http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.154>
- Perdana, C. R. G., Rizal, E., & Khadijah, U. L. S. (2012). Hubungan Twitter Jatinangorku dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Daerah Jatinangor bagi Followers. *Students e-Journal*, 1(1), 19.
- Purnama, H. (2011). Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. *Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana, 107-124.

- Puspitadewi, I., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2016). Pemanfaatan “Twitter Tmcpoldametro” dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 4(1), 21-28. <https://doi.org/10.24198/jkip.v4i1.11625>
- Putra, Y. M., & Harsono, L. D. (2015). Pengaruh penggunaan media sosial Twitter terhadap pemenuhan kebutuhan informasi tugas akhir (Survei terhadap followers@ TA_FEB). *eProceedings of Management*, 2(1).
- Rohmah, N. N. M. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1-16.
- Rohmiyati, Y. (2018). Analisis penyebaran informasi pada sosial media. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 2(1), 29-42. <https://doi.org/10.14710/anuva.2.1.29-42>
- Rokhmansyah, A. (2014). *Studi dan pengkajian sastra: Perkenalan awal terhadap ilmu sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji validitas dan reliabilitas kuesioner perilaku prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan)*, 4(4), 279-284. <https://dx.doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Rufaidha, N. F., & Irhandayaningsih, A. (2022). Perilaku Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro dalam Pemanfaatan Fitur Trending Topic Twitter Sebagai Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 6(4), 493-504. <https://doi.org/10.14710/anuva.6.4.493-504>
- Rumekar, R., & Hasani, M. R. (2023). Autobase @Tegalfess sebagai Media Informasi Masyarakat Tegal. *Journal of Social and Political Science/JUSTICE*, 3(1), 151-164.

- Rumyeni, R., & Burhanuddin, B. (2015). Pengaruh Media Sosial Twitter @Lowkerpku terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Bagi Followers. *Jom FISIP* 2(2).
- Russo, A., Watkins, J., Kelly, L., & Chan, S. (2008). Participatory communication with social media. *Curator: The Museum Journal*, 51(1), 21-31. <https://doi.org/10.1111/j.2151-6952.2008.tb00292.x>
- Rustiaputri, G. A. D., Perbawasari, S., & Sjoraida, D. F. (2012). Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial Twitter@ coffeecombi dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers Mengenai Produk. *Students e-Journal*, 1(1), 17.
- Said, M., Anggraeni, D., & Febrina, D. (2018). Levels of Information Needs as Perceived by Women Culinary Entrepreneurs in Depok Municipality, Indonesia. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 5(11).
- Simarmata, S. (2014). Media baru, ruang publik baru, dan transformasi komunikasi politik di Indonesia. *Jurnal Interact*, 3(2), 18-36.
- Sinambela, L.P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yogyakarta: GRAHA ILMU
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Prenada Media.
- Sitompul, P., Mahmudah, D., & Damanik, M. P. (2021). Pemanfaatan media sosial dan pemenuhan kebutuhan informasi ketenagakerjaan di kalangan angkatan kerja muda pada masa pandemi COVID-19. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(2), 203-222. <https://dx.doi.org/10.31445/jskm.2021.4399>
- Slamet, Y. B. M. (2018). Fungsi dan peran karya sastra dari masa ke masa. *Praxis: Jurnal Sains, Teknologi, Masyarakat dan Jejaring*, 1(1), 24-40. <https://doi.org/10.24167/praxis.v1i1.1609>
- Sudjiman, P. (1986). *Kamus Istilah Sastra*. Jakarta: Gramedia

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Syafitri, N. K., Rullyana, G., & Ardiansah, A. (2020). Autobase @collegemenfess, A Twitter Account Used as Information Retrieval Tool. *Khazanah al-Hikmah: Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan*, 8(2), 161-172. <https://dx.doi.org/10.24252/kah.v8i2a6>
- Syahrum & Syahlim. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Ciptapustaka Media
- Thomas, B. (2016). Tales from the timeline: experiments with narrative on Twitter. *Comparative Critical Studies*, 13(3), 353-369. <https://doi.org/10.3366/ccs.2016.0210>
- Twitter. (n.d.). *About Our Company*. [Online]. Diakses dari <https://about.Twitter.com/en/who-we-are/our-company>
- Warista, B. (2008). *Teknologi Pembelajaran: Landasan & Aplikasinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan media sosial (communications and social media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69-74. <https://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- Waqiyah, Y. (2020). Hubungan Mengakses Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kecantikan Pada Followers Akun@ Womanfeeds (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Weaver Lariscy, R., Tinkham, S. F., & Sweetser, K. D. (2011). Kids these days: Examining differences in political uses and gratifications, internet political participation, political information efficacy, and cynicism on the basis of age. *American Behavioral Scientist*, 55(6), 749-764. <https://doi.org/10.1177/0002764211398091>
- We Are Social (2023, 9 Februari). "Digital 2023: Indonesia". [Online]. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>

- Westerman, D., Spence, P. R., & Van Der Heide, B. (2014). Social media as information source: Recency of updates and credibility of information. *Journal of computer-mediated communication*, 19(2), 171-183.
<https://psycnet.apa.org/doi/10.1111/jcc4.12041>
- Wilson, T. D. (1997). Information behaviour: an interdisciplinary perspective. *Information processing & management*, 33(4), 551-572.
[https://doi.org/10.1016/S0306-4573\(97\)00028-9](https://doi.org/10.1016/S0306-4573(97)00028-9)
- Zorkoczy, Peter. (1995). *Information Technology: An introduction*. London: Pitman Publishing.