

**PENGARUH AKUN *INSTAGRAM @PARTTIMEBANDUNG* TERHADAP
PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PADA *FOLLOWERS***

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi



Oleh:

Rita Citra Pertiwi

NIM 1800162

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2022**

**PENGARUH AKUN *INSTAGRAM @PARTTIMEBANDUNG* TERHADAP
PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PADA *FOLLOWERS***

(Studi Korelasi pada Pengikut *Instagram @Parttimebandung*)

Oleh
Rita Citra Pertiwi

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan
Sosial

© Rita Citra Pertiwi
Universitas Pendidikan Indonesia
2022

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, fotocopy, atau cara lainnya tanpa seizin penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH AKUN *INSTAGRAM @PARTTIMEBANDUNG* TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PADA FOLLOWERS

(Studi Korelasi pada Pengikut *Instagram @Parttimebandung*)

oleh

Rita Citra Pertiwi

NIM 1800162

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I,



Prof. Dr. Deni Darmawan, S.Pd., M.Si, MCE.

NIP. 197112281998021003

Pembimbing II,



Hana Silvana, S.Pd., M.Si

NIP. 197303242010122001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar A, M.Si

NIP. 198507172014041001

LEMBAR PERNYATAAN

Denga lembar pernyataan ini saya mengatakan bahwa skripsi dengan judul “PENGARUH AKUN *INSTAGRAM @PARTTIMEBANDUNG* TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PADA *FOLLOWERS* (STUDI KORELASI PADA PENGIKUT *INSTAGRAM @PARTTIMEBANDUNG*)” ini beserta seluruh isi didalamnya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan ataupun plagiarism kutipan denga cara yang tidak sesuai denga etika ilmu yang berlaku dalam lingkup keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanks apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelannggarann etika keilmuan atau ada klaim dari pihak terhadap keaslian karya saya ini.

Majalengka, Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,



Rita Citra Pertiwi

1800162

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena hanya rahmat serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Akun *Instagram @Parttimebandung* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada *Followers* (Studi Korelasi Pada Pengikut Akun *Instagram @Parttimebandung*)”ini. Dalam proses menyelesaikan skripsi ini penulis tak sedikit mendapat hambatan tetapi dengan adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat segera terselesaikan.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom), suatu gelar yang didapat apabila telah berhasil menyelesaikan jenjang pendidikan Satrata-1 non-kependidikan di Universitas Pendidikan Indonesia. Dalam pelaksanaannya, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam segi apapun, Maka dari itu penulis harap kritik dan saran dari pembaca ataupun berbagai kalangan lainnya guna memperbaiki kekurangan dalam penelitian ini. Penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan kontribusi secara nyata bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya rumpun Ilmu Komunikasi serta dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi pihak-pihak terkait.

Majalengka, Agustus 2022



Rita Citra Pertiwi
NIM. 1800162

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyusunan skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari motivasi, dorongan, kata-kata positif, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, ridha dan kasih sayang-Nya kepada penulis selama proses merampungkan skripsi;
2. Bapak Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia periode 2020-2025;
3. Bapak Dr. Agus Mulyana. Hum., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (FPIPS) Universitas Pendidikan Indonesia beserta segenap jajarannya;
4. Bapak Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si., Selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Indonesia;
5. Prof. Dr. Deni Darmawan, S.Pd., M.Si, MCE. Selaku dosen pembibing I yang sudah rela meluangkan waktu dan tenaganya ketika melakukan bimbingan serta memberikan masukan dengan penuh keikhlasan dan kesabaran atas pengalaman dan ilmu yang diberikan sangat memudahkan saya dalam merampungkan skripsi ini;
6. Ibu Hana Silvana, S.Pd., M.Si selaku dosen pembing II yang senantiasa membimbing serta memberikan dorongan kepada peneliti. Serta memberikan motivasi, serta keyakinan dan rela meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk melakukan bimbingan;
7. Seluruh dosen dan jajaran staf Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
8. Ibu Yeyen Maryani selaku ibu yang telah sabar mendampingi dan memberikan motivasi, doa dan dukungan baik secara moril ataupun material kepada penulis;
9. Bapak Dudi Iswandi selaku ayah yang selalu sabar dalam mendampingi, memberikan motivasi, mendoakan, dan memberikan perhatian baik moral ataupun materil yang sangat berarti bagi penulis;

10. Lucky Samudra, selaku adik tersayang yang selalu ada untuk penulis serta memberikan motivasi dan doanya kepada penulis;
11. Alm Nenek dari Ibu, yang mana selama hidupnya selalu mendoakan serta memberikan kasih sayang, cinta, perhatian material dan moral, dukungan dan semangat yang mengalir tidak hentinya, nasihat yang sangat berarti untuk penulis;
12. Maula Nisa Nur Azizah, Delia Rizky, Raisa Rizka, Fathia Nabila, selaku sepupu perempuan yang merupakan salah satu anugerah terindah untuk penulis karena selalu ada untuk memberikan semangat dan selalu meluangkan waktunya untuk memberikan hiburan kepada peneliti;
13. Mira Al Humaira selaku sepupu peneliti yang selalu menanyakan progres skripsi peneliti dan selalu memberikan doa kepada peneliti demi kelancaran peneliti dalam menyusun skripsi;
14. Resti Ardianti, selaku teman dekat di Ilmu Komunikasi sekaligus sahabat untuk peneliti karena selalu ada sejak awal perkuliahan dan selalu memberikan bantuan serta dorongan untuk peneliti;
15. Diana Dewi Lestari dan Mery Afrilia Inayah selaku sahabat peneliti sedari kecil hingga sampai sekarang di satu universitas yang sama. Peneliti merasa beruntung memiliki sahabat seperti Diana dan Mery karena selalu ada dan memberikan semangat serta bantuan untuk peneliti;
16. Dea Hardila, Riska Rosantika, Hema serta Euis Sinta selaku sahabat penulis sejak Sekolah Menangah Atas yang selalu ada untuk memberikan support dan meluangkan waktunya untuk memberikan hiburan kepada penulis;
17. Wafda Faris Haikal, Cecep Abdurahman, Reva Girvan selaku teman dekat di konsetrasi penyiaran yang selalu ada dan selalu membantu peneliti;
18. Seluruh teman di konsentrasi Penyiaran 2018 serta Ilmu Komunikasi 18A yang menjadi kelas terbaik untuk penulis karena kekompakkan dalam menjalankan berbagai kegiatan didalam kelas ataupun diluar kelas;
19. Syifa Rahmatika selaku teman dekat peneliti sejak Sekolah Menangah Pertama hingga saat ini meskipun tidak satu Universitas tetapi selalu ada menemani penulis sejak semester awal hingga sekarang dan selalu memotivasi peneliti;

20. Seluruh responden penelitian ini, yaitu pengikut akun *Instagram @Parttimebandung* yang telah meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuisioner penelitian ini dengan baik;
21. Serta seluruh pihak yang telah membantu penulis selama penyusunan skripsi ini dan tak dapat disebutkan satu persatu.
22. Terakhir dan tak kalah penting, terimakasih kepada Rita Citra Pertiwi (peneliti) yang berhasil melawan rasa malas sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini. Sekali lagi terimakasih untuk diri sendiri karena bisa bertahan sejauh ini, bisa menikmati proses pendewasaan dalam hidup dan semoga bisa menjadi pribadi yang lebih baik lagi, selalu bersemangat berjuang dalam berbagai hal, bisa melawan rasa malas serta menjadi pribadi yang pandai bersyukur.

Majalengka, Agustus 2022



Rita Citra Pertiwi
NIM. 1800162

ABSTRAK

Manusia sebagai makhluk sosial akan selalu membutuhkan informasi untuk keberlangsungan hidupnya. Untuk memenuhi kebutuhan informasi tersebut dapat dilakukan oleh siapa saja, kapan saja dan dimana saja seiring dengan berkembangnya teknologi. Kemajuan teknologi membuat semua orang mudah memperoleh informasi dengan adanya berbagai media, salah satunya yang menjadi media utama masa ini adalah Internet. Penggunaan internet di Indonesia dengan angka 7 jam 59 menit perhari melampaui rata-rata global yang hanya menghabiskan 6 jam 43 menit perharinya, salah satu bagian dari konsumsi penggunaan internet tersebut adalah penggunaan media sosial dengan rata-rata 3 jam 26 menit. Media sosial sebagai peran penting dalam menjadi sumber informasi. Salah satu media sosial *Instagram* yang berperan dalam memenuhi kebutuhan informasi mengenai *part-time* di kota bandung yaitu akun *Instagram @Parttimebandung*. Rumusan masalah dari penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara Akun *Instagram @Parttimebandung* terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi dari *followers* akun tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara *Context, Communication, Collaboration, and Connection* dari akun *Instagram @Parttimebandung* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dari *followers* akun tersebut. Teori yang digunakan adalah Teori S-O-R yang menjelaskan bagaimana stimulus baik secara langsung maupun melalui media yang diterima organisme dapat memunculkan reaksi balik yang beragam. Pada penelitian ini digunakan pendekatan deskriptif dan kuantitatif studi korelasi. Berdasarkan teknik pengambilan sampel *Simple Random Sampling*, diambil sebanyak 100 responden yang merupakan *followers* dari akun *Instagram @Parttimebandung* untuk dijadikan subjek penelitian. Dengan hasil penelitian yang diperoleh, dapat dibuktikan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan dan tinggi antara akun *Instagram @Parttimebandung* terhadap pemenuhan kebutuhan *followers* akun tersebut. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa akun *Instagram @Parttimebandung* dapat memenuhi kebutuhan informasi dari *followers* akun tersebut.

Kata kunci : Media Sosial, Instagram, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Komunikasi Persuasi.

ABSTRACT

Human as a social creature will always be in need of information for their survival. Fullfilment the needs of information can be done by anyone, at anytime and anywhere while technology keeps developing. Technology's advancement makes everyone have easy access to gain information by the existence of media, one of which is the mainstream and very popular media nowadays that is internet. Internet's usage in Indonesia is averaging at 7 hours and 59 minutes, overlapping global average at 6 hours and 43 minutes. One of the main usage of it is social media usage, which takes an average of 3 hours and 26 minutes. Social media has important roles as an information resources. Instagram account of @Parttimebandung is one of many account that has a role in fulfilling their followers needs of part-time job information in Bandung City. Main question of this study is whether there are any significant effects of @Parttimebandung's Instagram account towards the fulfillment of their followers needs of information. This study has a purpose of analyze the relationship between Context, Communication, Collaboration, and Connection aspect of @Parttimebandung's Instagram account and the fulfillment of their followers needs of information. Theory of S-O-R is used that explain how stimulus from media that are received by organism can bring up various reactions. This research use descriptive and quantitative approach with correlation study. With sampling technique of Simple Random Sampling, this research have 100 correspondence whose a follower of @Parttimebandung's Instagram account as this research's subject. The result of this study stated that there are a high significant effect of @Parttimebandung's Instagram account towards the fulfillment of their follower needs of information. From that, it can be concluded that @Parttimebandung's Instagram account fulfill their follower needs of information.

Keywords : Social Media, Instagram, Fulfillment of Information Needs, Persuasive communication

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Media Sosial.....	6
2.2 Karakteristik Sosial Media.....	7
2.3 <i>Instagram</i>	9
2.4 Kebutuhan Informasi.....	10
2.5 Grand Theory	12
2.6 Teori S-O-R.....	13
2.7 Penelitian Terdahulu	14
2.8 Kerangka Berpikir.....	23
2.9 Hipotesis.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Desain Penelitian.....	26
3.2 Partisipan.....	26
3.3 Populasi dan Sampel	27
3.3.1 Populasi	27
3.3.2 Sampel.....	27
3.4 Instrumen Penelitian.....	28

3.4.1	Kuisoner (Angket).....	28
3.4.2	Studi kepustakaan.....	29
3.4.3	Skala Pengukuran.....	29
3.5	Prosedur Penelitian.....	30
3.6	Operasional Variabel.....	30
3.7	Pengujian Instrumen Penelitian.....	35
3.7.1	Uji Validitas	35
3.7.2	Uji Reliabilitas	41
3.8	Teknik Analisis Data.....	42
3.8.1	Metode Analisis Data Dekripsi.....	42
3.9	Uji Asumsi Klasik	43
3.9.1	Uji Normalitas.....	43
3.9.2	Uji Heteroskedastisitas.....	43
3.10	Uji Hipotesis.....	43
3.10.1	Uji Korelasi	43
3.10.2	Uji T (Pengujian secara parsial)	44
3.10.3	Uji F (Uji Simultan)	45
3.10.4	Koefisien Determinasi (R ²)	45
3.10.5	Regresi Linier Berganda	45
	BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1	Analisis Deskriptif	47
4.1.1	Deskripsi Responden.....	47
4.1.2	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	48
4.1.3	Akun <i>Instagram @Parttimebandung</i>	48
4.1.4	Pemenuhan Kebutuhan Informasi	54
4.2	Uji Asumsi Klasik	63
4.2.1	Uji Normalitas.....	63
4.2.2	Uji Heteroskedastisitas.....	64
4.2.3	Uji Koefisien Korelasi.....	65
4.3	Pengujian Hipotesis.....	66
4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda	67
4.3.2	Koefisien Determinasi (R ²)	68
4.3.3	Uji F (Uji simultan).....	68
4.3.4	Uji t (Uji parsial)	68

4.4	Pembahasan.....	69
4.4.1	Pembahasan Context Akun Instagram @Parttimebandung terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi followers	69
4.4.2	Pembahasan Communication Akun Instagram @Parttimebandung terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi followers	70
4.4.3	Pembahasan Collaboration Akun Instagram @Parttimebandung terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi followers	71
4.4.4	Pembahasan Connection Akun Instagram @Parttimebandung terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi followers	72
4.4.5	Hasil Penelitian Akun Instagram @Parttimebandung (X) terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi followers (Y)	72
	BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Implikasi.....	76
5.2.1	Implikasi Teoritis	76
5.2.2	Implikasi Praktis.....	77
5.3	Rekomendasi	77
	LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Daftar Buku Dan Jurnal Pendukung Kajian Penelitian	14
Tabel 3. 1	Kriteria Bobot Nilai Pernyataan	28
Tabel 3. 2	Operasionalisasi Variabel.....	30
Tabel 3. 3	Hasil Uji Validitas	35
Tabel 3. 4	Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4. 1	Jenis Kelamin Responden.....	46
Tabel 4. 2	Rekapitulasi Skor Total Responden untuk variabel Akun <i>Instagram @Parttimebandung</i> (X)	48
Tabel 4. 3	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Saya dapat menemukan informasi yang saya butuhkan dengan melihat foto yang diunggah akun <i>Instagram @Parttimebandung</i> ”.....	49
Tabel 4. 4	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Foto yang diunggah oleh <i>@Parttimebandung</i> menarik perhatian anda”	49
Tabel 4. 5	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Saya mencari informasi tambahan pada bagian tagged post akun <i>@Parttimebandung</i> ”....	50
Tabel 4. 6	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Saya dapat memahami caption yang ditulis akun <i>@Parttimebandung</i> dan memperoleh informasi dari tulisan tersebut”.....	50
Tabel 4. 7	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Saya sering memberikan komentar kepada postingan <i>@Parttimebandung</i> ”.....	51
Tabel 4. 8	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Saya berinteraksi dengan pengguna lain melalui komentar”	51
Tabel 4. 9	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Informasi saya bertambah dengan membaca komentar dari pengguna lain”.....	52
Tabel 4. 10	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Saya sering memberikan likes pada postingan <i>@Parttimebandung</i> ”	52
Tabel 4. 11	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Saya sering memberikan likes pada postingan <i>@Parttimebandung</i> ”	53
Tabel 4. 12	Rekapitulasi Skor Total Responden mengenai Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)	54

Tabel 4. 13	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Informasi yang saya butuhkan terdapat di @Parttimebandung”	55
Tabel 4. 14	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Saya merasa informasi yang disediakan oleh @Parttimebandung membantu saya”	55
Tabel 4. 15	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Saya merasa format unggahan @Parttimebandung sesuai dengan kebutuhan saya”	56
Tabel 4. 16	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Saya dapat mengerti Bahasa yang digunakan oleh @Parttimebandung”	56
Tabel 4. 17	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Saya sering mengakses akun @Parttimebandung terutama saat saya sedang membutuhkan informasi”	57
Tabel 4. 18	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Akun @Parttimebandung aktual dalam menyampaikan informasi (<i>up to date</i>)”	57
Tabel 4. 19	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Saya menggunakan data seluler untuk mencari informasi yang saya butuhkan di @Parttimebandung”	58
Tabel 4. 20	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Saya menggunakan Wifi untuk mencari informasi yang saya butuhkan di @Parttimebandung”	58
Tabel 4. 21	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Jika belum menemukan informasi yang saya butuhkan, saya dengan gigih akan terus mencarinya di @Parttimebandung”	59
Tabel 4. 22	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Saya teliti dalam memperoleh informasi yang saya butuhkan dari @Parttimebandung”	59
Tabel 4. 23	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Saya meyakini akun @Parttimebandung adalah akun informatif yang paling aktual dan faktual”	60
Tabel 4. 24	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Akun @Parttimebandung dapat menambah wawasan saya terkait informasi seputar Kota Bandung”	60
Tabel 4. 25	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Saya dapat menerima informasi yang disampaikan oleh @Parttimebandung”	61

Tabel 4. 26	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Saya mampu menyeleksi informasi mengenai <i>part-time</i> yang terdapat di akun @Parttimebandung sesuai dengan kemampuan saya”	61
Tabel 4. 27	Rekapitulasi Tanggapan terhadap “Informasi mengenai <i>part-time</i> yang disediakan oleh @Parttimebandung lengkap dan beragam”.....	62
Tabel 4. 28	Hasil Uji Normalitas.....	63
Tabel 4. 29	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	63
Tabel 4. 30	Hasil Uji Koefisien Korelasi	64
Tabel 4. 31	Ringkasan Hasil Pemodelan Regresi Linear Berganda	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	22
Gambar 4. 1 Grafik Q-Q Normal Distribution Plot.....	63

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, Kumar, N., Xu, Y., & Poo, D. C. (2011). A context- based investigation into source use by information seekers. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(6), 1087–1104.
- Ali, M. (2014). *Memahami Riset Prilaku dan Sosial*. PT. Bumi Aksara.
- Aloo, B. T. (2002). *Information Needs, Information Seeking Behavior and Users*. Ess Ess Publication.
- Ardianto, & Erdiyana, K. (2004). *Simbiosa Rektama Media*. Simbiosa Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Bambang, A. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.
- Baruah, T. D. (2012). Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: A micro-level study. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2(5).
- Batley, S. (2007). *Information Architecture for Information Professionals*. Chandos Publishing.
- Budiargo, C. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation*. PT Elex Media Kompitindo.
- Case, D. O. (2002). *Looking for Information*. Academic Press.
- Clark, R. E. (2004). The classical origins of Pavlov's conditioning. *Integrative Physiological and Behavioral Science*, 39(4), 279–294.
<https://doi.org/10.1007/BF02734167>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Darmawan, D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Dubovik, O. (2013). *Instagram as instrument of marketing*. Majesty of Marketing.
- Dudija N. (2011). *Perbedaan Motivasi Menyelesaikan Skripsi antara Mahasiswa yang Bekerja dengan Mahasiswa yang Tidak Bekerja*. Universitas Ahmad Dahlan.
- Effendy, O. U. (2013). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya.
- Fraenkel, J. R., & Norman, E. W. (2012). *How to Design and Evaluate Research*

- Education* (8th ed.). McGraw-Hill Higher Education.
- Ghazali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guha, B. (2004). *Documentation and Information*. World Press.
- Hikmat, M. (2011). *Metode Penelitian*. Graha Ilmu.
- Holliday, W. & Li, Q. (2004). Understanding the Millennials: Updating our knowledge about students. *Reference Services Review*, 32(2), 356–365.
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*. Yale University Press.
- Kebede, G. (2002). The changing information needs of users in electronic information environments. *The Electronic Library*, 20(1), 14–21.
- Kremers, S. (2021). *Part Time Jobs While Studying : Struggle or success*, Radboud Universiteit.
- Krikelas, J. (1983). *Information-Seeking Behavior: Patterns and Concepts*.
- Kriyantono. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media Group.
- Kuhlthau, C. C. (1991). Inside the search process: Information seeking from the user's perspective. *Journal of the American Society for Information Science*, 42(5), 361–371.
- Kusnendi. (2017). *Handout Statistika Penelitian dan Analisis Data dalam Penelitian Non-Eksperimen Model Regresi Persamaan Tunggal*. Program Studi Pendidikan Ekonomi Sekolah Pascasarjana Universitas Kuningan.
- Leckie, G. J., Pettigrew, K. E., & Sylvain, C. (1996). Modeling the information seeking of professionals: a general model derived from research on engineers, health care professionals and lawyers. *Library Quarterly*, 66(2), 161–193.
- Ma'rat. (1984). *Sikap Manusia, Perubahan, dan Pengkuran*. Ghalia Indonesia.
- Maxwell, G., Rankine, L., Bell, S., & MacVicar, A. (2007). The incidence and impact of flexible working arrangements in smaller businesses. *Employee Relations*, 29, 138–161.
- Moleong, L. J., & Surjaman, T. (1989). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remadja

Karya.

- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosa Rektama Media.
- Nicholas, D. (2000). *Assessing Information Needs: Tools, Techniques and Concepts for the Internet age* (2nd ed.). Aslib.
- Ormrod and Ellis Jeanne. (2008). *Psikologi Pendidikan Membantu Siswa Tumbuh dan Berkembang*. Erlangga.
- Portegijs W; Keuzenkamp S. (2008). *Part time working in the Netherlands: Women and part time employment*. <https://www.scp.nl/dsresource?objectid=33445a8fc9b-4d52-ba8b-500aaa7e3ef1&type=org>
- Riduwan. (2008). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Alfabeta.
- Riduwan. (2012). *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Alfabeta.
- Rohmana, Y. (2010). *Ekonometrika Teori dan Aplikasi dengan Eviews*. Laboratorium Pendidikan Ekonomi dan Koperasi.
- Ronen, S. (1981). *Flexible working hour: an innovation in the quality of work life*. Mc.Graw-Hill Book Company.
- Salomon, D. (2013). Moving on from Facebook: using Instagram to connect with undergraduates and engage in teaching and learning. *College & Research Libraries News*, 72(8), 408–412.
- Siregar, S. (2015). *Statistika Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Bumi Aksara.
- Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build Cultivate and Measure Success on The Web*. John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabeta.
- Suwanto, S. A. (1997). *Studi Tentang Kebutuhan dan Pencarian Informasi Bagi Dosen Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro dan Universitas Islam Sultan Agung Semarang*. Program Pasca Sarjana Universitas Indonesia.
- Yusuf, P. M., & Subekti, P. (2010). *Teori dan Praktik Penelusuran Informasi: Information Retrieval*. Kencana.