

Nomor Daftar FPIPS : 3662/UN40.F2.13/PT/2022

**Pengaruh Penyampaian Pesan Instagram Terhadap Pemenuhan Kepuasan
Informasi Mahasiswa
(Studi Korelasi pada Mahasiswa Kristen Universitas Pendidikan Indonesia
Pengikut Akun Instagram @pmkupi)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk mendapatkan gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Konsentrasi Penyiaran



oleh

Daniela Krisanta Tamba

NIM 1804354

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

2022

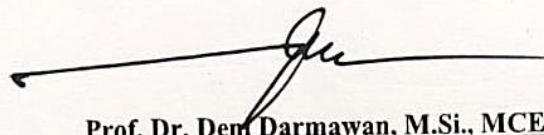
LEMBAR PENGESAHAN

DANIELA KRISANTA TAMBA

PENGARUH PENYAMPAIAN PESAN INSTAGRAM
TERHADAP PEMENUHAN KEPUASAN INFORMASI MAHASISWA
(Studi Korelasi Pada Mahasiswa Kristen Universitas Pendidikan Indonesia Pengikut
Akun Instagram @pmkupi)

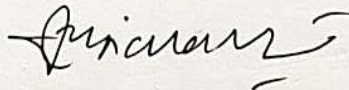
Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I,



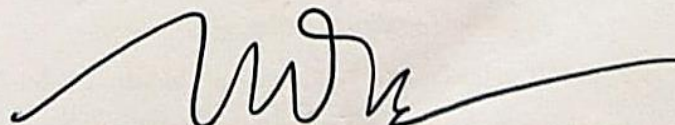
Prof. Dr. Dem Darmawan, M.Si., MCE.
NIP 197112281998021003

Pembimbing II,



Firman Aziz, S.Pd., M.Pd.
NIP 198302152009121004

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Pendidikan Indonesia,



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si.
NIP 198507172014041001

**PENGARUH PENYAMPAIAN PESAN INSTAGRAM
TERHADAP PEMENUHAN KEPUASAN INFORMASI MAHASISWA
(Studi Korelasi pada Mahasiswa Kristen Universitas Pendidikan
Indonesia Pengikut Akun instagram @pmkupi)**

oleh
Daniela Krisanta Tamba
NIM 1804354

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

© Daniela Krisanta Tamba 2022
Universitas Pendidikan Indonesia
November 2022

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang,
difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan lembar pernyataan ini saya mengatakan bahwa skripsi dengan judul “PENGARUH PENYAMPAIAN PESAN INSTAGRAM TERHADAP PEMENUHAN KEPUASAN INFORMASI MAHASISWA (Studi Korelasi pada Mahasiswa Kristen Universitas Pendidikan Indonesia Pengikut Akun Instagram @pmkupi)” adalah benar-benar murni karya dan hasil pemikiran saya sendiri. Saya tidak menjiplak atau mengutip dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku di dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, November 2022

Yang Membuat Pernyataan,



Daniela Krisanta Tamba

NIM 1804354

KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH PENYAMPAIAN PESAN INSTAGRAM TERHADAP PEMENUHAN KEPUASAN INFORMASI MAHASISWA (STUDI KORELASI PADA MAHASISWA KRISTEN UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA PENGIKUT AKUN INSTAGRAM @PMKUPI)” dengan baik.

Skripsi ini terdiri atas lima bab. BAB I PENDAHULUAN berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi. BAB II KAJIAN PUSTAKA berisi kajian pustaka yang menjadi rujukan, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, paradigma penelitian, dan hipotesis penelitian. BAB III METODOLOGI PENELITIAN berisi desain penelitian, tempat, waktu, dan partisipan penelitian, populasi dan sampel penelitian, instrumen penelitian, uji validitas penelitian, dan uji hipotesis. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN berisi hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian. BAB V PENUTUP berisi simpulan, rekomendasi, dan implikasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

Penelitian ini merupakan hasil perhatian penulis terhadap perubahan keaktifan media sosial unit kegiatan mahasiswa yang ada di lingkungan Universitas Pendidikan Indonesia, khususnya Persekutuan Mahasiswa Kristen. Penulis tidak menutup kemungkinan dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan atau kesalahan. Penulis meminta kritik dan saran dari para pembaca demi perbaikan skripsi ini dimasa mendatang. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kepentingan institusi atau praktisi Ilmu Komunikasi.

Bandung, November 2022



Daniela Krisanta Tamba

UCAPAN TERIMA KASIH

Atas berkat dan kasih karunia-Nya, tidak lupa penulis panjatkan rasa syukur kepada Allah BAPA, Yesus Kristus, dan Roh Kudus yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Tentu saja selama proses penulisan skripsi ini, penulis menerima bantuan dan dukungan dari banyak pihak, oleh sebab itu dalam kesempatan ini peneliti akan mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberkati dan membimbing penulis sepanjang hidup penulis hingga dapat menyelesaikan studi di Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia periode 2020-2025 beserta jajarannya.
3. Prof. Dr. Agus Mulyana, M. Hum., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (FPIPS) beserta segenap jajarannya.
4. Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Prof. Dr. Deni Darmawan, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang selalu bersedia meluangkan waktu, mengarahkan dan membimbing penulis dengan penuh kesabaran dan bijaksana. Masukan dan motivasinya sangat berarti bagi penulis.
6. Firman Aziz, S.Pd., M. Pd. Selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa memberikan arahan, motivasi dan dukungan dalam menulis selama penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
7. Seluruh Dosen dan juga Staff Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman dan kenangan yang tidak akan terlupakan selama perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini.
8. Kepada orang tua tercinta, papa dan mama yang selalu memberikan doa, dukungan, kasih sayang, dan usaha sepenuh tenaga hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi untuk menyelesaikan studi. Semoga Tuhan senantiasa memberikan umur yang panjang, keselamatan, kesehatan, berkat, dan kebahagiaan untuk papa dan mama.

9. Kakak, abang, dan adik-adik yang penulis sayangi, karena sudah memberikan dukungan dan mendengarkan segala keluh kesah penulis selama proses menyelesaikan studi.
10. Sahabat yang penulis sayangi, Nike, Cece, Davina, Afnan, Caca, dan Stevani yang menjadi teman seperjuangan, berbagi cerita melewati suka dan duka bersama selama berada di Ilmu Komunikasi.
11. Sahabat yang kutemukan sejak pertama di PMK UPI, Ibe, Wina, Anggre, Icha, dan Sena. Terimakasih atas kebersamaannya selama empat tahun lebih.
12. Sony Hasudungan Lumban Gaol yang penulis kasihi, karena selalu mendukung dan menyayangi penulis.
13. Febbi Anggraeni yang sudah bersedia membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
14. PMK UPI dan followers @pmkupi yang telah membantu penulis untuk keperluan skripsi ini.

ABSTRAK

Penyampaian pesan merupakan suatu proses komunikasi dalam membagikan berbagai informasi yang wajib diketahui oleh individu, beberapa orang, kelompok atau bahkan khalayak luas. Perbedaan kebutuhan pengguna dalam mengakses media komunikasi menyebabkan teknologi informasi komunikasi harus bertumbuh. Penyampaian pesan dijabarkan melalui teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM). Selain itu, audiens menonjolkan bahwa mereka sebagai pihak yang paling aktif dalam mengonsumsi media berdasarkan teori *Uses and Gratification*. Audiens berkuasa untuk memilih media yang dianggap mampu memuaskan kebutuhannya yang dapat direkonstruksi dalam konsep hirarki kebutuhan (*need hierarchy*). Pemanfaatan *Instagram* digunakan untuk meningkatkan wawasan dan memperluas relasi mahasiswa dalam berbagai kegiatan dan kelompok. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis ada atau tidaknya pengaruh isi pesan, struktur pesan, format pesan, dan sumber pesan terhadap pemenuhan kepuasan informasi pada mahasiswa pengikut akun @pmkupi di lingkungan Universitas Pendidikan Indonesia. Kecanggihan komunikasi dan informasi membuat banyak hal dimudahkan dalam mengunggah dan mencari pesan. Penelitian ini didesain dengan menghubungkan variabel independen (X) yaitu penyampaian pesan, dengan variabel dependen (Y) yaitu kepuasan informasi. Pendekatan yang digunakan yaitu secara kuantitatif dengan metode korelasi. Populasi yang ditentukan adalah Mahasiswa Kristen Universitas Pendidikan Indonesia aktif yang mengikuti (*followers*) akun Instagram Persekutuan Mahasiswa Kristen Universitas Pendidikan Indonesia (@pmkupi). Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan formula slovin, terhitung 100 sampel dari keseluruhan populasi pengikut dari akun instagram @pmkupi. Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik *simple random sampling*. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa terdapat pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y namun tidak secara signifikan karena menunjukkan kategori nilai sedang pada keempat sub-variabel dengan hasil; nilai korelasi sebesar 0,558 untuk unsur isi pesan, 0,504 untuk struktur pesan, 0,504 untuk format pesan, dan 0,404 untuk sumber pesan. Hasil simpulan di atas menyampaikan bahwasanya penyampaian pesan instagram @pmkupi memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kepuasan informasi mahasiswa Kristen di Universitas Pendidikan Indonesia.

Kata Kunci: Instagram, Media Baru, Penyampaian Pesan, *Elaboration Likelihood Model* (ELM), *Uses and Gratification* (U&G).

ABSTRACT

Submission of messages is a communication process in sharing various information that must be known by individuals, several people, groups or even a wide audience. Differences in user needs in accessing communication media to develop cause communication information technology. Submission of messages explained through the theory of the Elaboration Likelihood Model (ELM). In addition, the audience highlights that they are the most active in consuming media based on the Uses and Gratification theory. Audiences are creative to choose media that are considered capable of complete their needs which can be reconstructed in the concept of a hierarchy of needs (needs hierarchy). Utilization of Instagram is used to broaden horizons and broaden student relations in various activities and groups. The purpose of this study was to analyze there was whether or not an influence of message content, message structure, message format, and message source on fulfilling information satisfaction among students following the @pmkupi account within the Indonesian University of Education. The sophistication of communication and information makes things easier in uploading and searching for messages. This study was designed by connecting the independent variable (X), namely message guidance, with the dependent variable (Y), namely information satisfaction. This study uses a quantitative approach with the correlation method. The determined population is active Indonesian University of Education Christian Students who follow (followers) the Indonesian University of Education Christian Student Fellowship (@pmkupi) Instagram account. Based on the results of calculations using the slovin formula, 100 samples were counted from all followers of the Instagram account @pmkupi. In taking samples, researchers used simple random sampling technique. Based on the results of the study, it was found that there was an influence from variable X on variable Y but not significantly because it showed moderate category values in the fourth subvariable with the results; correlation value of 0.558 for message content elements, 0.504 for message structure, 0.504 for message format, and 0.404 for message sources. The results of the conclusions above present that submission messages in @pmkupi has an influence on fulfilling Christian student information satisfaction at the Indonesian University of Education.

Keywords: *Instagram, New Media, Submission Messages, Elaboration Likelihood Model (ELM), Uses and Gratification (U&G).*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	10
DAFTAR GAMBAR.....	14
DAFTAR TABEL	15
BAB I PENDAHULUAN	17
1.1 Latar Belakang Penelitian	17
1.2 Rumusan Masalah.....	25
1.3 Tujuan Penelitian	25
1.4 Manfaat Penelitian	26
1.4.1 Manfaat Segi Teoretis.....	26
1.4.2 Manfaat Segi Praktis.....	26
1.4.3 Manfaat Segi Kebijakan	26
1.4.4 Manfaat Segi Isu dan Aksi Sosial.....	27
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	27
BAB II KAJIAN PUSTAKA	28
2.1 Penyampaian Pesan.....	28
2.2 New Media.....	30
2.3 Kepuasan Informasi	32
2.3.1 Pemenuhan Kepuasan Informasi Melalui Media Sosial.....	35
2.3.2 Kepuasan Informasi Mahasiswa.....	36
2.4 <i>Elaboration Likelihood Model</i> (ELM).....	38
2.5 Teori <i>Uses and Gratification</i>	39
2.6 Penelitian Terdahulu	42

2.7	Kerangka Berpikir.....	49
2.8	Paradigma Penelitian	49
2.9	Hipotesis Penelitian	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		52
3.1	Desain Penelitian	52
3.1.1	Pendekatan Penelitian.....	53
3.1.2	Metode Penelitian	54
3.2	Tempat, Waktu, dan Partisipan Penelitian.....	54
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	54
3.4	Instrumen Penelitian	56
3.4.1	Teknik Pengumpulan Data	59
3.4.2	Teknik Pengolahan Data.....	60
3.4.3	Teknik Penganalisisan Data	60
3.5	Uji Validitas Penelitian	62
3.5.1	Uji Validitas.....	62
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	65
3.6	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	65
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	66
3.7.1	Uji Normalitas	66
3.7.2	Uji Multikolinieritas	67
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas	67
3.8	Uji Hipotesis	67
3.8.1	Uji Regresi Berganda.....	67
3.8.2	Uji Korelasi	68
3.8.3	Uji Parsial (Uji T).....	69
3.8.4	Uji Simultan (Uji F).....	70

	12
3.8.5 Uji Koefisien Determinasi dan Adjusted R ²	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	72
4.1 Deskripsi Subjek Penelitian	72
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Fakultas.....	73
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Angkatan.....	74
4.2 Deskripsi Objek Penelitian	74
4.3 Analisis Data Deskriptif Tanggapan Responden	76
4.3.1 Tanggapan Responden pada Variabel Penyampaian Pesan	77
4.3.2 Tanggapan Responden pada Variabel Kepuasan Informasi	83
4.4 Uji Asumsi Klasik	84
4.4.1 Uji Normalitas	84
4.4.2 Uji Multikolinieritas	85
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	86
4.5 Uji Hipotesis	87
4.5.1 Uji Korelasi	88
4.5.2 Uji Regresi Linier Berganda.....	89
4.5.3 Uji T.....	90
4.5.4 Uji F.....	92
4.5.5 Uji Koefisien Determinasi dan Adjusted R ²	93
4.6 Pembahasan	94
BAB V PENUTUP.....	98
5.1 Simpulan	98
5.2 Implikasi	98
5.2.1 Implikasi Teoretis	99
5.2.2 Implikasi Praktis	99

5.3 Rekomendasi.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	101
DAFTAR LAMPIRAN.....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Akun Instagram @pmkupi.....	22
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	48
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.	49
Gambar 3.1 Rumus Slovin	54
Gambar 4.1 Profil Akun Instagram @pmkupi	74
Gambar 4.2 Grafik Histogram	84
Gambar 4.3 Grafik <i>P-Plot</i>	85
Gambar 4.4 Uji Heterokedastisitas	86
Gambar 4.5 Uji Regresi Linier Berganda	90
Gambar 4.6 Uji F	93
Gambar 4.7 Uji Koefisien Determinasi dan Adjusted R^2	93

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian Variabel X	55
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian Variabel Y	57
Tabel 3.3 Kriteria Bobot Penilaian	59
Tabel 3.4 Distribusi Frekuensi	61
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel X	62
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel Y	63
Tabel 3.7 Hasil Uji Reabilitas	64
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	72
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	73
Tabel 4.4 Skor Statistik Deskriptif Variabel X	76
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel X	76
Tabel 4.6 Skor Statistik Deskriptif Dimensi Isi Pesan	77
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Dimensi Isi Pesan	77
Tabel 4.8 Skor Statistik Deskriptif Dimensi Struktur Pesan	78
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Dimensi Struktur Pesan	78
Tabel 4.10 Skor Statistik Deskriptif Dimensi Format Pesan	79
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Dimensi Format Pesan	80
Tabel 4.12 Skor Statistik Deskriptif Dimensi Sumber Pesan	80
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Dimensi Sumber Pesan	81
Tabel 4.14 Skor Statistik Deskriptif Variabel Y.....	81
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Variabel Y.....	82

Daniela Krisanta Tamba, 2022

PENGARUH PENYAMPAIAN PESAN INSTAGRAM TERHADAP PEMENUHAN KEPUASAN INFORMASI MAHASISWA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas.....	83
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinieritas	84
Tabel 4.18 Kategori Tingkat Hubungan	87
Tabel 4.19 Hasil Uji Korelasi (n=100)	87

DAFTAR PUSTAKA

- Aedi, N. (2010). Pengolahan Dan Analisis Data Hasil Penelitian. 10-12.
- Anita Whiting, D. W. (2013). Why people use social media: A uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal Vol.16*, 362-367.
- Badrudin, S. (2017). Analisis Komunikasi Organisasi di Pusat Informasi Haji Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan, Vol. 1*, 89.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kencana Prenadamedia Group.
- Chamil Rathnayake, J. S. (2018). Carrying Forward the Uses and Grats 2.0 Agenda: An Affordance-Driven Measure of Social Media Uses and Gratifications. *Journal of Broadcasting & Electronic Media 62 (3)*, 372-373.
- Cut Nadya Nanda B, R. D. (2018). Pola Komunikasi Virtual Grup Percakapan Komunitas Hamur “HAMURinspiring” Di Media Sosial Line. *Jurnal Manajemen Komunikasi, Volume 3*, 36.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Deni Darmawan, S. A. (2012). *Teknologi Informasi Dan Komunikasi*. Jakarta: Kelembagaan Direktorat Pendidikan Tinggi Islam.
- Desviana Siti Solehat, D. R. (2016). Information Seeking Behaviour Student in Foreign Language Education Student in Indonesia University of Education. *EduLib Tahun 6, Volume 6*, 53-54
- Dewangga, R. D. (2017). Pengaruh Penyampaian Informasi Website Upi (www.upi.edu) Terhadap Kepuasaninformasi Mahasiswa Upi. *repository.upi.edu*, 4.
- E, R. W. (2011). Uji Validitas Dan Reliabilitas Dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi. *Stomatognatic (J.K.G. Unej)*, 27-28, 31.
- Effendy, O. U. (2003). Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Elisawati, V. (2011). Mengelola Konten di Era 2.0. Dalam *Era Media Online, New Media* (hal. 28). Jakarta: Dewan Pers.

- Eriyanto. (2011). *Analisis Isis*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hans Karunia, N. A. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, 93-94.
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. Medan: USU Press.
- I Gusti Ngurah Agung Suaryana, I. G. (2016). Kualitas Dan Kepuasan Pengguna Terhadap Sistem Informasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis, Vol. 11*, 85.
- Julsinda, N. N. (2019). Pengaruh Difusi Inovasi Akun Jabar Quick Response Di Instagram Terhadap Persepsi. *repository.upi.edu* , 4.
- Karman. (2013). Riset Penggunaan Media Dan Perkembangannya Kini. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media Vol. 17*, 94.
- Kusnendi. (2017). Penelitian Non Eksperimen Model Regresi Persamaan Tunggal.
- Listanto Tri Utomo, Y. T, (2017). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik Universitas Merdeka Malang. *Jurnal Teknologi & Manajemen Informatika*, 150, 157-158.
- M. Fajriyansyah S, E. A. (t.thn.). Analisis Kepuasan Penggunaan Sistem Informasi Perkreditan (Studi Kasus: Koperasi Perumahan Wanabakti Nusantara). *Journal of Applied Finance and Accounting*, 173-174.
- Maharani, C. (2009). Penggunaan Media Dan Kepuasan Khalayak. 31, 94-96.
- Nurudin. (2007). Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mochamad Maulana Ibrahim, R. E. (2021). Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19. *Jurnal Representamen Vol 7*, 76-77.
- Perbawaningsih, Y. (2012). Menyoal Elaboration Likelihood Model (ELM) dan Teori Retorika. *Jurnal Ilmu Komunikasi* , 3-4.
- Phil Diegmann, D. B. (2017). Influence of Communication on Client Satisfaction in Information System Projects: A *Quantitative Field Study*. *Project Management Journal, Vol. 48*, 82.

- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication VIII*, 52.
- Puspita, Y. (2015). Pemanfaatan *New media* dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay. *Jurnal Pekommas, Vol. 18*, 204.
- Richard E. Petty, J. T. (1986). The Elaboration Likelihood Model of Persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, 125.
- Riyanto. (2017). Efektivitas Media Internet Terhadap Kepuasan Khalayak Media. *Inter Komunika Jurnal Komunikasi*, 65,67.
- Sari, M. P. (2017). Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau. *JOM FISIP*, 4, 8-9.
- Sarwono, J. (2015). Mengenal Analisis Korelasi. *J S Research Institute*, 56-84
- S. Shyam Sundar, A. M. (2013). Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 57 , 509.
- Sholeh, A. R. (2005). *Pendidikan Agama dan Pengembangn untuk Bangsa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Siti Faiqotul Ulya, Y. S. (2018). Analisis Prediksi Quick Count Dengan Metode Stratified Random Sampling Dan Estimasi Confidence Interval Menggunakan Metode Maksimum Likelihood. *UNNES Journal of Mathematics* , 109.
- Soehardjo, J. (2011). Pengawasan Muatan di Era Konvergensi. Dalam *Era Media Online, New Media* (hal. 66-67, 70). Jakarta: Dewan Pers.
- Utomo, D. A. (2013). Motif Pengguna Jejaring Sosial Google+ Di Indonesia. *Jurnal E-Komunikasi* , 150.
- Vardiansyah, D. (2016). Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan Universitas XYZ. *Jurnal Komunikologi Volume 13 Nomor 1*, 1-4.
- Yonghwan Kim, Y. K. (2016). Uses and Gratifications, Journalists' Twitter Use, and Relational Satisfaction with the Public. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 503-504, 507.
- Yuli Nugraheni, A. Y. (2017). Social Media Habit Remaja Surabaya. *Jurnal Komunikatif Vol. 6*, 13.