



Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survei Terhadap Pengikut Akun @Habisonontonfilm)

Dwi Irenniza Aulia Putri¹, Faisal Tomi Saputra², Rini Hardiyanti³

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Islam Syekh Yusuf¹²³

Abstract

Received: 06 Maret 2024

Revised: 22 Maret 2024

Accepted: 30 Maret 2024

This research is entitled "The Effect of Using Twitter Social Media on Fulfilling Information Needs (Survey of Followers @HabisonontonFilm). The formulation of the problem to be discussed in this study is to determine the influence between the use of twitter social media on the fulfillment of followers' information needs. The aim is to explain whether there is an influence on the use of social media twitter @HabisonontonFilm on the fulfillment of information needs in followers. the theory used is the theory of uses and gratification. The method used is a quantitative method using a sampling technique with purposive sampling technique. The results showed that the use of social media had a positive and significant effect on information needs. Based on the results of the coefficient of determination test, it is found that the use of media (X) affects the need for information (Y) by 51.8%, while the remaining 48.2% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Media Use, Twitter, Information Needs, Uses and Gratification.

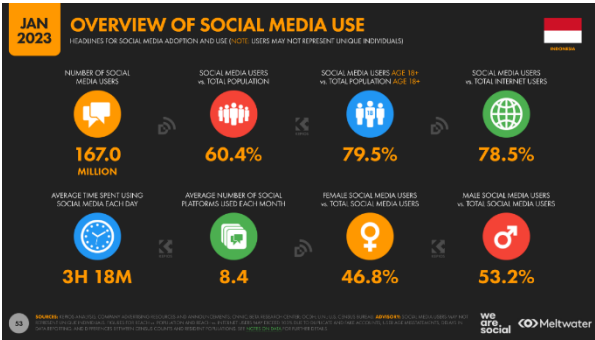
(*) Corresponding Author: dwiiirenniza44@gmail.com

How to Cite: Putri, D. I. A., Saputra, F. T., & Hardiyanti, R. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survei Terhadap Pengikut Akun @Habisonontonfilm). <https://doi.org/10.5281/zenodo.11107309>.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dapat memberi banyak manfaat untuk manusia, baik dalam aktivitas sehari-hari walaupun dalam memenuhi kebutuhannya. Tidak dapat disangkal bahwa informasi sudah membentuk keperluan bagi setiap individu. Dengan eksistensi informasi, siapapun dapat memperbanyak wawasan, mengembangkan pemahamannya, bahkan bisa menjadi dasar setiap pengambilan keputusan.

Fenomena yang paling banyak terjadi akibat perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yaitu media sosial. Dengan menambah kesadaran dan membentuk perkumpulan umum yang berpikiran luas juga dapat mencerna informasi yang selalu bertumbuh, oleh sebab itu media sosial banyak digunakan. Menggunakan media sosial, pola komunikasi manusia tidak dibatasi oleh waktu atau ruang. Banyak orang di era digital seperti saat ini menggunakan media sosial karena mudah diakses sehingga keberadaan media sosial seakan menjadi kebutuhan untuk sebagian masyarakat. Terdapat tujuh fungsi media sosial yang digambarkan yaitu, *identity* (identitas), *conversations* (percakapan), *sharing* (berbagi), *presence* (kehadiran), *relationship* (hubungan), dan *groups* (kelompok). Media sosial menjadi salah satu platform digital bagi para pengguna internet dalam mendapatkan informasi. Dengan munculnya media sosial banyak pendukung di dalamnya yang membuat media sosial semakin bermanfaat, keberadaan media sosial telah menjadi ruang interaksi dimana pengguna dapat terhubung untuk membangun interaksi sosial di dunia maya. (Khairani, 2020)



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna twitter di Indonesia tahun 2023

Sumber: *datareportal.com*

Menurut laporan *We Are Social*, ada sekitar 167 juta orang yang menggunakan media sosial di Indonesia pada Januari 2023. Angka ini berdasarkan 60,4% dari total populasi negara. Total pengguna aktif media sosial pada Januari 2023 menghadapi penurunan daripada tahun sebelumnya sebanyak 191 juta jiwa. Ini merupakan pertama kalinya mengalami penurunan selama sepuluh tahun terakhir. Dari berbagai macam media sosial yang ada, twitter adalah platform media sosial paling populer keenam di Indonesia. Berdasarkan data dari *Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2023*, bahwa jumlah pengguna Twitter di Indonesia mencapai 24 juta pada tahun 2023, dengan rata-rata waktu yang dihabiskan di platform tersebut adalah tiga jam per hari. Jumlah pengguna meningkat setiap tahunnya dengan jumlah seperti yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Twitter di Indonesia

	Tahun	Jumlah Pengguna
	2020	10 juta jiwa
	2021	14 juta jiwa
	2022	18 juta jiwa

Sumber: *wearesocial.com*

Dari tabel 1.1 dapat diketahui bahwa twitter sangat sering digunakan, hal ini menunjukkan bahwa masih populer di kalangan masyarakat Indonesia. Dari data-data tersebut, membuktikan bahwa twitter mampu bertahan dan menjaga eksistensinya seiring berkembangnya media sosial di era digitalisasi saat ini.

Pengguna twitter biasanya membagikan hal-hal yang bersifat pribadi seperti cerita, opini, maupun aktivitas lainnya. Setiap pengguna twitter tentunya mempunyai minat terhadap topik sesuai dengan keinginan pengguna. Hal ini ditunjukkan dengan adanya akun-akun yang dibuat khusus untuk memberikan informasi dengan topik tertentu. Maka dari itu, banyak sekali bermunculan akun untuk memfasilitasi perbedaan minat tersebut, seperti salah satu contohnya *@HabisNontonFilm*.



Gambar 1.2 Akun Twitter *@HabisNontonFilm*

Sumber: *Twitter.com*

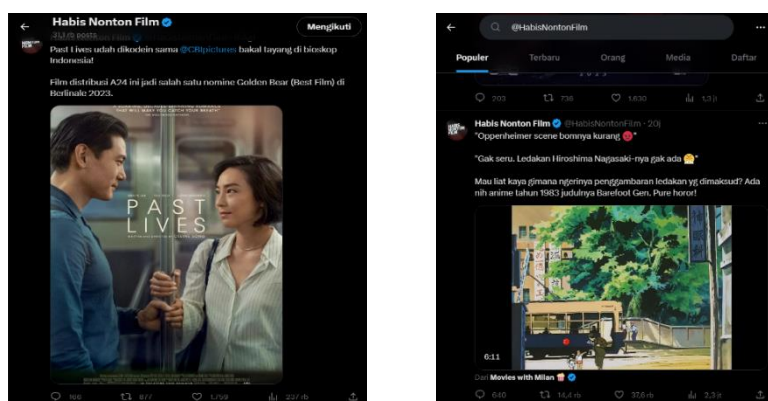
Akun @HabisNontonFilm memiliki followers yang terbilang banyak. Akun ini sudah ada sejak Januari 2019 dan hingga Juni 2023 terpantau mempunyai jumlah pengikut sebanyak 339.964. Hal ini menunjukkan bahwa penonton film di Indonesia menggunakan media sosial terlebih Twitter untuk mendapatkan informasi sehingga menjadi pemicu timbulnya rasa ingin memperoleh informasi dan memutuskan film apa yang akan di pilih untuk ditonton.

Akun twitter @HabisNontonFilm membagikan ulasan film dengan metode naratif dan bercerita untuk ulasan film agar pembaca dapat merespons ulasan yang dibahas. Tanggapan mengenai film yang diberikan oleh @HabisNontonFilm seringkali mendatangkan animo dari pengikutnya.

Akun twitter @HabisNontonFilm merupakan akun yang membahas film ke empat terbesar di twitter, akun terbesar pertama adalah akun @moviemenfes dengan pengikut sebanyak 744.460 ribu. Akun ini merupakan autobase yang membahas film. Kemudian, ada akun @WatchmenID dengan pengikut sebanyak 610.096 ribu, yang membahas tentang dunia perfilman, pertelevisian dan *pop culture*.

Melihat berbagai akun Twitter yang memposting informasi terkait film, @HabisNontonFilm mempunyai konten yang berbeda dalam memberikan informasi film. Tidak hanya itu, tetapi untuk me-review film saja, akun twitter @HabisNontonFilm membuat sebuah konten yang diberi nama Tontonan Seminggu Terakhir dan dilaksanakan setiap malam sabtu. Dengan memanfaatkan fitur *space twitter*, maka para pengikut akun @HabisNontonFilm dapat berhubungan secara virtual untuk membahas film.

Tidak hanya memproduksi konten film populer yang akan atau sedang ditayangkan di bioskop, maupun streaming online berbayar, akun twitter @HabisNontonFilm juga mengisi linimasanya dengan konten-konten mengenai festival film di Indonesia dan luar negeri. Informasi yang diberikan tentunya dibutuhkan oleh pecinta film yang menginginkan informasi yang tepat waktu dan akurat tentang film yang akan tayang di bioskop maupun streaming online berbayar.



Gambar 1.3 Rekomendasi Film

Sumber: *Twitter.com*

Dari kegiatan tersebut, menunjukkan bahwa pada akun @HabisNontonFilm menjadi wadah bagi pengguna twitter untuk saling berbagi dan bertukar informasi terkait dengan sesuatu yang berhubungan dengan film. Selain memberikan rekomendasi film melalui tweet, pengurus akun @HabisNontonFilm juga membuat sebuah konten di *twitter space* sebagai wadah diskusi penggemar film.



Gambar 1.4 Screenshoot konten Tontonan Seminggu Terakhir di akun @HabisNontonFilmSumber: *Twitter.com*

Edisi perdana dari konten Tontonan Seminggu Terakhir adalah pada 11 Maret 2022, sebelum dimulainya *spaces* admin akan membuat tweet tentang film apa saja yang sudah ditonton beserta platform media apa saja yang bisa digunakan untuk menonton film tersebut dan direkap menjadi 10 daftar judul film. Kemudian admin akun @HabisNontonFilm akan membuat *spaces* untuk digunakan para pengikutnya sebagai media berbagi informasi.

Seperti yang kita ketahui, dunia perfilman akan selalu ramai diperbincangkan khususnya bagi para penikmat film. Film dianggap bisa menjadi sarana hiburan bagi banyak orang. Maka dari itu, penelitian ini didasari oleh permasalahan yang berlangsung pada seseorang terkait kebutuhan informasi ataupun timbulnya keingintahuan saat ingin menonton film.

Bagi seseorang yang menyukai film tentunya mempunyai rasa ketertarikan dan keingintahuan yang tinggi terhadap sebuah film, sehingga akun @HabisNontonFilm ini dianggap telah menyediakan fasilitas bagi para pengguna twitter untuk dapat berbagi informasi seputar perfilman agar dapat membantu menyelesaikan masalah atau keresahan yang muncul saat ingin memutuskan film yang akan ditonton maupun sekedar ingin mencari informasi terkait dengan film. Hal hal tersebut yang menjadi alasan penelitian ini dibuat. Bagi para pecinta film, informasi dan konten yang memukau beserta membuat penasaran akan menyebabkan pecinta film akan semakin tertarik untuk menonton film tersebut. Dan juga akan mempengaruhi dalam proses pengambilan keputusan untuk memilih apa yang akan mereka tonton.

Adanya interaksi sesama pengikut akun @HabisNontonFilm yang membahas tentang film, menarik minat peneliti untuk melakukan penelitian ini. Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survei terhadap Pengikut Akun @HabisNontonFilm)".

Tinjauan Pustaka

1. Teori Uses and Gratification

Dalam teori Kegunaan dan Kepuasan ini ditekankan bahwa khalayak dianggap aktif untuk menentukan media mana yang dipilih untuk memuaskan kebutuhannya. Adapun logika yang mendasari penelitian mengenai media uses and gratification menurut Katz (dalam Fitriyani & Sulihyantoro, 2020) sebagai berikut: Kondisi sosial psikologis seseorang akan menyebabkan adanya kebutuhan, yang menciptakan harapan-harapan

terhadap media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa kepada perbedaan pola penggunaan media (atau keterlibatan dalam aktivitas lainnya) yang akhirnya kan menghasilkan pemenuhan kebutuhan, dan konsekuensi lainnya, termasuk yang tidak diharapkan sebelumnya.

2. Komunika Massa

Sedangkan komunikasi massa sempit adalah komunikasi kepada sejumlah besar orang. (Kustiawan Winda, Siregar Fikrah Khairani, Alwiyah Sasi, Lubis Rofifah Abiyyah, Gaja Fatma Zuhro, Pakpahan Nilam Sari, 2017). Michael W. Gamble dan Teri Kwai Gamble (1986) mengajukan satu definisi komunikasi massa yang akan membantu mendefinisikan apa itu komunikasi massa.

3. Twitter

Twitter merupakan sebuah situs web yang dipegang dan dijalankan oleh Twitter Inc, yang menyediakan jejaring sosial berupa microblog dan memungkinkan pengguna untuk mengirim dan membaca pesan yang dikenal dengan tweet. (Noza Citra, 2016). Kepopuleran Twitter mengakibatkan layanan ini digunakan untuk berbagai tujuan, antara lain sebagai sarana protes, kampanye politik, sarana pembelajaran, dan sebagai saluran komunikasi darurat. Twitter juga menghadapi sejumlah tantangan dan masalah, termasuk masalah keamanan dan privasi pengguna, tuntutan hukum, dan penyensoran. (Rohmah, 2020). Untuk urusan sosial, Twitter dapat memberikan informasi instan tentang keberadaan orang lain atau kegiatan apa yang kita ikuti. (Burhanudin, 2015). Dalam situasi ini, penggunaan Twitter di masyarakat memiliki konsekuensi yang menguntungkan dan merugikan. Akibatnya, sebagai pengguna jejaring sosial seperti Twitter, kita harus mampu mengelola diri kita sendiri dan memanfaatkan teknologi yang ada.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan secara online dan mengambil responden yang berasal dari pengikut akun twitter @HabisNontonFilm dengan melakukan survei kuesioner yang dengan disebarkan melalui media sosial oleh peneliti, sehingga pengikut akun twitter @HabisNontonFilm yang termasuk kriteria responden dapat mengisi kuesioner. Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh penggunaan media sosial dalam pemenuhan kebutuhan informasi dan subjek pada penelitian ini adalah pengikut akun twitter @HabisNontonFilm. Paradigma yang akan digunakan dalam penelitian ini ialah paradigma positivism. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Tipe pada penelitian ini adalah penelitian asosiatif. peneliti mengambil populasi pengikut dari akun auto base twitter @HabisNontonFilm. Pada Juni 2023, jumlah pengikut akun @HabisNontonFilm mencapai 340.370 ribu per 25 Juni 2023 pada pukul 21.00 wib. Untuk menghitung besarnya sampel pada penelitian ini digunakan rumus Slovin, berdasarkan perhitungan sampel tersebut yang menjadi penelitian disesuaikan menjadi sebanyak 100 responden khususnya penggemar film pengikut akun @HabisNontonFilm yang mencari informasi terkait film.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Uji-T

Dalam penelitian ini Uji t digunakan dalam penelitian ini untuk melihat apakah variabel independen penggunaan media (X) berpengaruh terhadap variabel dependen Kebutuhan Informasi (Y) dengan pemaparan sebagai berikut:

Tabel 1.2 Hasil Uji-t

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.820	2.563		1.881	.063
Penggunaan Media	.832	.081	.720	10.270	.000
a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi					

Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti Pada SPSS 22

Dari hasil pengolahan data pada tabel di atas dapat diamati bahwa nilai signifikansi adalah 0,000. nilai signifikansi tersebut lebih kecil dibanding nilai probabilitas yaitu 0,005. Berdasarkan pengambilan keputusan, apabila nilai probabilitas signifikansi $< 0,005$, maka hipotesis diterima. Maka, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, nilai signifikansi $0,000 < 0,005$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada pengikut akun twitter @HabisNontonFilm.

2. Koefisien Determinasi

Pemeriksaan determinasi R^2 dilakukan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi persentase pengaruh variabel penggunaan media (X) terhadap variabel kebutuhan informasi (Y) dengan hasil yang diuraikan pada tabel berikut:

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720a	.518	.513	3.106
a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media				

Tabel 1.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti pada SPSS

Output Model Summary dari hasil analisis linear sederhana sebelumnya dapat diamati dalam analisis determinasi ini.. Berlandaskan tabel di atas, didapatkan hasil bahwa nilai korelasi (R) sebesar 0,720 dan nilai koefisien determinasi (R Square) sebanyak 0,518 atau 51,8%. Hal ini dapat diartikan bahwa pengaruh Penggunaan Media (X) terhadap Kebutuhan Informasi (Y) sebesar 51,8% sedangkan sisanya 48,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Hal ini akan dirinci lebih lanjut dalam pembahasan setelah berbagai langkah pengujian diselesaikan pada penelitian ini. Pembahasan ini diadakan untuk mendeskripsikan temuan-temuan dari penelitian ini.. Penelitian dengan judul "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survey Terhadap Pengikut @HabisNontonFilm)" dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan media terhadap kebutuhan informasi pengikut yang merupakan penggemar film.

Berdasarkan hasil dari tahap pengujian , dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi variabel (X) dengan variabel (Y) sebesar 0,720. Hal tersebut memiliki arti bahwa

penggunaan media sosial akun twitter @HabisNontonFilm (X) mempunyai hubungan yang tinggi dan kuat dengan pemenuhan kebutuhan informasi pengikut (Y). Nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti kurang dari 0,01, membuktikan adanya hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial twitter @HabisNontonFilm dengan pemenuhan kebutuhan informasi pengikut.

Temuan ini divalidasi oleh studi yang dilakukan oleh Liani & Rina, (2020) bahwa motif penggunaan media sosial twitter yang memiliki pengaruh signifikan adalah motif entertainment sebagai sarana untuk mendapatkan hiburan (Priana et al., (2022), yang menyatakan adanya hubungan yang signifikan dan sedang antara penggunaan media sosial Instagram @riliv dengan pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan mental followers.

Jika dikaitkan dengan Uses and Gratification Theory, hal ini dilandasi oleh asumsi utama dari pendekatan teori ini, yaitu bahwa audiens atau khalayak berperan aktif dalam memilih dan menggunakan media sesuai dengan kebutuhannya (Humaizi, 2018). Dengan kata lain, pengguna media adalah partisipan aktif dalam proses komunikasi. Agar sesuai dengan kebutuhan mereka, konsumen media mencari sumber-sumber terbaik.

Disini audiens yang aktif merujuk pada pengikut (followers) dari akun twitter @HabisNontonFilm yang aktif mengakses akun @HabisNontonFilm sebagai sumber informasi. Tentu ada alasan terkait pemilihan media twitter sebagai perantara untuk memperoleh informasi tentang film. Salah satunya adalah twitter yang memiliki fitur yang dapat memudahkan para pengikut akun @HabisNontonFilm untuk memperoleh informasi tentang film dengan lebih cepat dan mudah.

Seperti halnya dengan pengguna twitter yang memiliki hobi menonton film atau seseorang yang tertarik dengan film atau seseorang yang tertarik dengan film, tentu saja mereka akan mencari informasi seputar film untuk memuaskan hasratnya. Kemudian eksistensi akun twitter @HabisNontonFilm ini adalah media yang dipilih oleh penonton untuk memenuhi kebutuhan mereka sebagai seseorang yang memiliki hobi menonton film., terlihat dari jumlah pengikut pada akun @HabisNontonFilm yang mencapai 340,370 ribu pengikut. Maka dapat diartikan bahwa angka tersebut dapat dianggap mewakili ketertarikan pengguna Twitter terhadap akun @HabisNontonFilm sehingga memutuskan untuk menjadi pengikut akun tersebut dengan tujuan untuk menemukan dan berbagi informasi tentang film, yang mana akun @HabisNontonFilm memang dibuat untuk memudahkan pengikutnya agar dapat berbagi informasi seputar dunia perfilman.

Untuk pengujian pertama yaitu uji validitas dan reliabilitas, dibantu dengan aplikasi pengolah data atau SPSS versi 22. Diperoleh hasil bahwa nilai r hitung > dari nilai r tabel yang menyatakan dari 20 butir pernyataan dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas dengan tingkat signifikansi 5% adalah X 0,652 dan Y 0,842 yang dapat diartikan bahwa $\alpha > r_{tabel}$ oleh karena itu kuesioner dapat dinyatakan reliabel.

Penelitian ini juga dilangsungkan uji normalitas yang hasilnya yaitu, $0.177 > 0.05$, kemudian dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Kemudian, hasil uji heteroskedastisitas menyatakan hasil bahwa nilai sig bernilai $0,313 > 0,005$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas pada penelitian ini.

Sedangkan pada perhitungan regresi linier sederhana diperoleh hasil persamaan regresi yaitu, $Y = 4.820 + 0,832X$, melewati persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif variabel X (penggunaan media) terhadap variabel Y (kebutuhan informasi). Pada nilai signifikansi didapatkan nilai sebesar 0,000 yang artinya terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y , karena nilai signifikansi kurang dari 0,05. Besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y dilihat melalui koefisien

determinasi (R Square) yaitu sebesar 0,518. Hal ini berarti bahwa penggunaan media sosial Twitter berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikut 51,8% dan sisanya sebesar 29,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel X.

Hasil uji t untuk variabel Penggunaan Media Sosial memperoleh nilai sebesar $t_{hitung} 10.270$ dan signifikan (sig.) sebesar 0.000. Artinya, $Sig. < 0.05$, maka menunjukkan H_a diterima, sehingga dapat diketahui variabel pengaruh penggunaan media sosial akun twitter @HabisNontonFilm (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y).

KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial Twitter dalam memenuhi kebutuhan informasi para pengikut akun @HabisNontonFilm, peneliti menarik temuan-temuan berikut ini berdasarkan hasil tes yang telah dilakukan:

1. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kaitan yang signifikan atau positif antara pengaruh media sosial Twitter terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Ketika lebih banyak pengguna masuk dan menyerap informasi dari akun tersebut @HabisNontonFilm, maka pemenuhan kebutuhan informasi akan meningkat.
2. Hasil penelitian membuktikan bahwa pengaruh Penggunaan Media (X) terhadap Kebutuhan Informasi (Y) sebanyak 51,8%. Sementara itu sisanya 48,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Burhanudin. (2015). *Pengaruh Media Sosial Twitter @lowkerpku Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Bagi Followes*. 2(2), 1–15. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Fitriyani, E. N., & Sulihyantoro, A. B. (2020). Penggunaan Media Sosial Twitter dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Studi Korelasi Aktivitas Menggunakan Media Sosial, Kualitas Informasi dan Electronic Word of Mouth dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mengenai Diskon di Kalangan Pengikut Akun Twitter. *Jurnal Komunikasi Massa*, 1, 1–22.
- Humaizi. (2018). Uses and Gratifications Theory. In *Engaging Theories in Family Communication* (pp. 337–348). <https://doi.org/10.4324/9781315204321-30>
- Khairani, A. (2020). Konstruksi Hoax Melalui Fitur Media Sosial Dalam Perspektif Cyberculture Hoax Constructions through Social Media Features in a Cyberculture. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 7(2), 64–74. <https://doi.org/10.33592/dk.v7i2.360>
- Kustiawan Winda, Siregar Fikrah Khairani, Alwiyah Sasi, Lubis Rofifah Abiyyah, Gaja Fatma Zuhro, Pakpahan Nilam Sari, N. (2017). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 1–9.
- Liani, D. N., & Rina, N. (2020). Motif Penggunaan Media Sosial Twitter (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Pengikut Akun Twitter @EXOind). *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 20(1), 63–67. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala>
- oza Citra, P. A. (2016). *Pemanfaatan Akun Twitter @Womanfeeds Sebagai Media Informasi Dikalangan Followersnya*. 15(1), 165–175. <https://core.ac.uk/download/pdf/196255896.pdf>

- Priana, A., Sutjipto, V. W., & Romli, N. A. (2022). Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram @riliv dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(2), 85–97. <https://doi.org/10.35814/coverage.v12i2.3097>
- Rohmah, N. N. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16.