

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN KUALITAS INFORMASI INSTAGRAM
@PINTERPOLITIK TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI POLITIK GENERASI Z**

Anissa Mu'arifah¹, Renny²

^{1,2} Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma

Article History

Received : 22-April-2024
Revised : 23-April-2024
Accepted : 09-Mei-2024
Published : 09-Mei-2024

Corresponding author*:

Renny

Contact:

renirana@staff.gunadarma.ac.id

Cite This Article:

Renny, R., & Mu'arifah, A. .
(2024). A PENGARUH
MEDIA SOSIAL DAN
KUALITAS INFORMASI
INSTAGRAM
@PINTERPOLITIK
TERHADAP KEBUTUHAN
INFORMASI POLITIK
GENERASI Z. Jurnal Ilmiah
Multidisiplin, 3(03), 136–145.

DOI:

<https://doi.org/10.56127/jukim.v3i03.1539>

Abstract: *Pinterpolitik is a media that has a vision and mission to clarify political news in Indonesia. PinterPolitik presents content designed to provide sharp, assertive, and sometimes controversial criticism, with a delivery that is different from other media. This study aims to analyze the influence of social media (X1) and information quality (X2) of the @pinterpolitik Instagram account on the political information needs of generation Z. This research uses quantitative research methods and a positivistic paradigm. The theory used in this research is uses and gratification. The sampling technique used purposive sampling technique with a sample size of 400 respondents obtained from the results of calculations using the Taro Yamane formula. The results of this study indicate that social media and the quality of information on the @pinterpolitik Instagram account affect the political information needs of generation Z, amounting to 58.1% and the remaining 41.9% is influenced by other factors not examined in this study. This study also has the results of social media and information quality of the @pinterpolitik Instagram account together and can explain the need for political information.*

Keywords: *Generation Z, Information Needs, Information Quality, Influence, Politics, Social Media*

Abstrak: Pinterpolitik merupakan media yang mempunyai visi dan misi untuk memperjelas berita politik di Indonesia. PinterPolitik menyajikan konten yang dirancang untuk memberikan kritik tajam, tegas, dan terkadang kontroversial, dengan penyampaian yang berbeda dari media lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial (X1) dan kualitas informasi (X2) akun Instagram @pinterpolitik terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan paradigma positivistic. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah uses and gratification. Teknik penarikan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 400 responden yang didapatkan dari hasil perhitungan menggunakan rumus Taro Yamane. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @pinterpolitik mempengaruhi kebutuhan informasi politik generasi Z, sebesar 58,1% dan sisanya 41,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini juga memiliki hasil media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @pinterpolitik berpengaruh secara bersama-sama dan dapat menjelaskan kebutuhan informasi politik generasi Z.

Kata Kunci: *Generasi Z, Kebutuhan Informasi, Kualitas Informasi, Media Sosial, Pengaruh, Politik.*

PENDAHULUAN

Perkembangan internet yang semakin pesat menjadikan internet adalah kebutuhan primer setiap manusia saat ini. Internet sangat membantu manusia dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Dari hasil survei pemakaian internet Indonesia tahun 2024 oleh APJII, maka pemakaian internet di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 1,4% dari periode sebelumnya dan saat ini menyentuh angka 79,5%. Dari keseluruhan populasi manusia di Indonesia pengguna internet mayoritas adalah Generasi Z, sebanyak 34,40% (Haryanto, 2024). Media massa merupakan salah satu medium bagi manusia untuk selalu bertukar informasi. Seiring berkembangnya teknologi media massa berkembang menjadi media digital, yang merupakan salah satu produk dari internet yaitu media sosial. Instagram kini menjadi salah satu situs media sosial terbesar di Indonesia dan menempati urutan kedua sebesar 85,3% dari jumlah populasi. Pada survei KIC Oktober 2023, yang melibatkan 1.005 responden di Indonesia. Mayoritas sebanyak 66,2% diantaranya menggunakan platform Instagram untuk kebutuhan informasi mengenai politik (Muhamad, 2023). Ada banyak informasi di media sosial akhir-akhir ini yang menyebarkan berita tidak bijaksana dan negatif yang sering disalahartikan oleh publik. Banyak orang menggunakan media sosial setiap hari, tetapi penggunaannya sering kali negatif dan benar-benar merusak produktivitas, sikap, dan pola pikir masyarakat.

Generasi Z merupakan usia produktif dan dipandang sebagai penerus bangsa Indonesia. Akan sangat mudah untuk berpartisipasi dalam politik bagi generasi Z, yang telah tumbuh dengan teknologi dan internet sejak kecil (Aziz & Widodo, 2022). Terlepas dari kedekatan generasi Z dengan media sosial, pada kenyataan generasi Z kesulitan membedakan mana fakta dan opini (Alfred & Wong, 2022). Pendidikan politik penting bagi generasi Z untuk memahami pentingnya partisipasi dalam proses demokrasi dan konsekuensinya. Instagram sebagai media sosial yang banyak digunakan untuk mencari informasi politik. Dalam proses pemenuhan kebutuhan informasi politik salah satu akun Instagram yang aktif adalah akun Instagram @pinterpolitik. Pada pemilihan umum memang betul bahwa generasi Z dianggap sebagai generasi yang dominan di beberapa daerah pemilihan. Namun kesiapan generasi Z dalam mengikuti dan menghadapi pemerintahan selanjutnya patut di pertanyakan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif sebagai metode pendekatan ilmiah. Menurut Machali (2021), penelitian kuantitatif dijelaskan sebagai pendekatan penelitian yang berakar pada filosofi positivisme. Dalam penelitian ini pendekatan kuantitatif diterapkan melalui pelaksanaan metode survei, dimaksudkan untuk menghimpun data yang sesuai dengan realitas atau kebenaran yang terdapat di dalam penelitian. Peneliti memilih pendekatan kuantitatif untuk mengolah data secara deskriptif, melalui metode analisis deskriptif. Dalam penelitian ini teknik pengukuran data dilakukan menggunakan Skala Likert. Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini dengan 4 pilihan. Dipilih karena modifikasi ini bertujuan untuk mengatasi kelemahan yang terdapat pada Skala Likert 5 pilihan. Hal ini dilakukan karena terdapat kategori “netral” pada Skala Likert 5 pilihan, yang memiliki makna ganda dan dapat membuat penelitian menjadi ambigu (Alfaridzi & Budiani, 2021).

Data penelitian dapat berasal dari dua jenis sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder, sehingga pengumpulan data dapat dilakukan menggunakan kedua jenis sumber tersebut (Anwar, 2021). Data Primer, merupakan informasi yang berasal langsung dari sumber pertama. Dalam hal ini, hasil dari kuesioner yang telah diisi oleh 400 responden. Data ini belum diolah dan akan digunakan untuk memenuhi tujuan penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah pengikut aktif akun media sosial Instagram @pinterpolitik yang merupakan generasi Z dan telah mengisi kuesioner. Penelitian ini menggunakan data sekunder melalui referensi dari berbagai sumber mulai dari akun Instagram @pinterpolitik, literatur jurnal, artikel, dan e-book.

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z yang mengikuti atau mem-follow akun Instagram @pinterpolitik. Pada saat ini jumlah followers dari akun Instagram @pinterpolitik 646 ribu (terhitung per 24 Maret 2024). Populasi ini hanya mereka yang telah berpartisipasi sebelumnya yang dipilih untuk seleksi populasi ini melalui kolom like, komentar, followers, dan memang mereka yang rutin mengakses posting an. Penelitian ini memiliki populasi homogen dan populasi besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua populasi dikarenakan keterbatasan waktu, dana, tenaga, maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Dalam penelitian ini untuk menentukan besarnya sampel dibutuhkan rumus Taro Yamane. Dimana rumus ini dapat membantu dalam menentukan ukuran sampel yang representatif dengan jumlah populasi yang besar (Wiryawan & Nugroho, 2021). Penelitian ini menggunakan batas toleransi kesalahan atau presisi yang ditetapkan sebesar 0,05 atau 5%. Demikian hasil hitungan berdasarkan jumlah populasi dari akun Instagram @pinterpolitik yaitu 646 ribu followers maka yang dijadikan sampel dari penelitian ini berjumlah 400 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dapat dilihat dari hasil pengumpulan data kuesioner yang disebar ke 400 responden yang memiliki kriteria sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti yaitu 196 responden berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 49% dan 204 responden berjenis kelamin perempuan dengan persentase 51%. dengan batas usia generasi Z pada tahun 2024 dimulai dari usia 12 sampai 27 tahun. Didapatkan pada usia 12 tahun sebanyak 1 dengan persentase 0,3%, usia 13 tahun sebanyak 1 dengan persentase 0,3%, usia 14 tahun sebanyak 1 dengan persentase 0,3%, usia 15 tahun sebanyak 3 dengan persentase 0,8%, usia 16 tahun sebanyak 1 dengan persentase 0,3%, usia 17 tahun sebanyak 6 dengan persentase 1,5%, usia 18 tahun sebanyak 16 dengan persentase 4%, usia 19 tahun sebanyak 22 dengan persentase 5,5%, usia 20 tahun sebanyak 40 dengan persentase 10%, usia 21 tahun sebanyak 75 dengan persentase 18,8%, usia 22 tahun sebanyak 57 dengan persentase 14,2%, usia 23 tahun sebanyak 64 dengan persentase 16%, usia 24 tahun sebanyak 42 dengan persentase 10,5%, usia 25 tahun sebanyak 41 dengan persentase 10,3%, usia 26 tahun sebanyak 15 dengan persentase 3,8%, dan usia 27 tahun sebanyak 15 dengan persentase 3,8%.

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Hasil Presentase
Laki – laki	49%
Perempuan	51%

Tabel 2. Usia Responden

Usia	Hasil Presentase
12	0.3%
13	0.3%
14	0.3%
15	0.8%
16	0.3%
17	1.5%
18	4%
19	5.5%
20	10%
21	18.8%
22	14.2%
23	16%
24	10.5%
25	10.3%
26	3.8%
27	3.8%

Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengevaluasi seberapa efektif suatu metode pengukuran dalam memenuhi tujuannya, yaitu apakah instrumen yang telah dirancang mampu mengukur variabel yang dimaksud dengan akurat (Darma, 2021). Pada intinya, validitas mengukur keabsahan sebuah kuesioner. setiap pertanyaan atau pernyataan diukur dengan mengaitkan jumlah atau total dari masing-masing pernyataan atau pertanyaan dengan keseluruhan jumlah tanggapan pernyataan atau pertanyaan yang digunakan dalam setiap variabel. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan pada 30 responden yang mengikuti akun Instagram @pinterpolitik dan telah memenuhi syarat untuk menjadi responden. Hasil dari uji validitas dari masing-masing pernyataan lebih besar dari 0.361 sehingga dapat memenuhi syarat validitas dan layak untuk dijadikan pernyataan dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini membandingkan nilai *Cronbach's alpha*, nilai *Cronbach's alpha* dianggap reliabel jika lebih dari 0,60 dan tidak reliabel jika kurang dari 0,60. Dengan nilai *Cronbach's alpha* lebih dari 0,60, maka alat penelitian dianggap memiliki tingkat reliabel yang cukup (Saputra & Hartanto, 2023). Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan pada 30 responden yang menjadi *followers* pada akun Instagram @pinterpolitik dan telah memenuhi syarat untuk menjadi responden. Nilai Cronbach Alpha dari masing-masing variabel >0,6, maka dapat disimpulkan ketiga variabel tersebut dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menganalisis sebaran data apakah data ber distribusi normal atau tidak (Haryono dkk., 2023). Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa sig dengan pendekatan Monte Carlo sebesar 0,128 yang dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,128 > 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa uji normalitas pada penelitian ini, menggunakan pendekatan Monte Carlo ber distribusi normal.

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menilai apakah dalam model regresi terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel bebas (Saputra & Hartanto, 2023). Berdasarkan hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai *tolerance* sebesar $0,754 > 0,10$ dan nilai VIF $1,327 < 10$. Dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan variance dari residual di antara pengamatan dalam model regresi (Susanti & Mulyani, 2022). Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas, dapat diketahui bahwa hasil uji heterokedastisitas dengan

menggunakan uji Glejser menunjukkan nilai variabel X1 (media sosial) dengan nilai signifikansi sebesar $0,238 > 0,05$ dan variabel X2 (kualitas informasi) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,053 > 0,05$. Dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa titik-titik menyebar di sekitar titik nol, serta tidak tampak adanya suatu pola Hal ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial dan kualitas informasi tidak terjadi masalah heterokedasitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linear berganda adalah bentuk lanjutan dari regresi linear sederhana, yang keduanya digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam regresi linier berganda, jumlah variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen lebih dari satu (Afkarina dkk., 2019)

$$Y = 10,870 + 0,246 X_1 + 0,337X_2$$

Analisis hasil uji regresi linear berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta (a) sebesar 10,870 artinya jika variabel media sosial (X1) dan kualitas informasi (X2) berpengaruh positif, karena terdapat pengaruh terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z
- Koefisien regresi variabel (X1) memiliki nilai sebesar 0,246 yang berarti bahwa jika variabel media sosial (X1) mengalami kenaikan 1 (satuan), maka kebutuhan informasi politik generasi Z (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,246.
- Koefisien regresi variabel (X2) memiliki nilai sebesar 0,337 yang berarti bahwa, jika variabel kualitas informasi (X2) mengalami kenaikan 1 (satuan), maka kebutuhan informasi politik generasi Z (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,337.

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial dan kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z. Hal ini dilihat dari hasil persamaan $Y = 10,870 + 0,246 X_1 + 0,337 X_2$.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi adalah nilai yang mengindikasikan atau digunakan untuk menilai kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh satu atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Nurhaditio & Hartanto, 2023). Nilai R Square = 0,581 yang jika di persentase kan menjadi 58,1%. Hal ini menunjukkan hubungan media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @pinterpolitik memberikan dampak ataupun pengaruh sebesar 58,1% terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z termasuk dalam kategori sedang. Sedangkan sisanya 41,9% (100% - 58,1%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 1. Interpretasi Koefisien

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,19	Sangat Lemah
0,20 – 0,39	Lemah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber: Hermawan, 2019

Uji T (Parsial)

Uji parsial bertujuan untuk mengetahui dampak masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji T digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh suatu variabel independen secara individu dalam menjelaskan variabel dependen dengan tingkat signifikansi 5% (Basyit dkk., 2020). Berdasarkan hasil uji T, diketahui bahwa variabel media sosial terhadap variabel kebutuhan informasi politik generasi Z memiliki nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yakni terdapat pengaruh media sosial terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z. Sedangkan variabel kualitas informasi terhadap variabel kebutuhan informasi politik generasi Z memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yakni terdapat pengaruh kualitas informasi terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z.

Uji F (Simultan atau Uji Kesesuaian Model Penelitian)

Uji F menunjukkan bahwa semua variabel independen dalam model memiliki pengaruh bersama terhadap variabel dependen (Oktaviano dkk., 2022). Dalam pengujian simultan, pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen diuji secara kolektif. Hasil nilai uji F hitung untuk variabel media sosial dan variabel kualitas Informasi dengan nilai $\text{sig } 0,00 < 0,05$. Berarti media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @pinterpolitik secara bersama-sama dapat menjelaskan kebutuhan informasi politik generasi Z, atau dapat dikatakan model penelitian yang digunakan sudah tepat dan dapat menjelaskan apa yang akan diteliti.

Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai media sosial dan kualitas informasi Instagram @pinterpolitik terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z, didapatkan hasil dari media sosial dan kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z. Pada hipotesis Ha1 dimana pengaruh media sosial akun Instagram @pinterpolitik terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z, didapatkan hasil media sosial akun Instagram @pinterpolitik memberikan pengaruh sebesar 33,4% terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z termasuk dalam kategori lemah. Sedangkan sisanya 66,4% (100%-33,4%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian. Pada hipotesis Ha2 dimana kualitas informasi Instagram @pinterpolitik terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z, didapatkan hasil kualitas informasi akun Instagram @pinterpolitik memberikan dampak ataupun pengaruh sebesar 51,6% terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z termasuk dalam kategori sedang. Sedangkan sisanya 48,4% (100%-51,6%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian. Pada hipotesis Ha3 dimana terdapat pengaruh media sosial dan kualitas informasi Instagram @pinterpolitik terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Ho3 ditolak dan Ha3 diterima. Maka, media sosial dan kualitas informasi secara simultan berpengaruh terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z.

Penelitian ini menerapkan teori *uses and gratification* yang dikembangkan oleh tiga ilmuwan, Teori ini mengemukakan bahwa individu dapat memilih media yang mereka gunakan untuk mencari informasi. Teori *uses and gratification* relevan dengan hasil penelitian ini karena tiga asumsi dasar teori ini menunjukkan bahwa audiens aktif dapat menentukan kapan dan bagaimana mereka ingin menggunakan media. Sementara *gratification* mengacu pada dorongan internal sebelum menggunakan media, mengacu pada kepuasan serta keinginan untuk merespon setelah menggunakan media tersebut. Dalam penelitian ini, Instagram @pinterpolitik merupakan salah satu akun yang secara aktif menyebarkan informasi yang informatif dan edukatif tentang politik kepada pengikutnya melalui media sosial. Oleh karena itu, pengguna media, khususnya generasi Z, memainkan peran aktif dalam memilih media yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Pengikut akun Instagram @pinterpolitik memilih untuk menggunakan Instagram guna memenuhi kebutuhan mereka dalam mendapatkan informasi terkait politik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang meneliti mengenai pengaruh media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @pinterpolitik terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z. Setelah melakukan pengolahan data statistik beserta analisisnya dengan menggunakan SPSS versi 26, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Media sosial akun Instagram @pinterpolitik memiliki pengaruh terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z.
2. Kualitas informasi akun Instagram @pinterpolitik memiliki pengaruh terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z.
3. Media sosial akun Instagram @pinterpolitik dan kualitas informasi akun Instagram @pinterpolitik secara bersama-sama memberikan pengaruh dan dapat menjelaskan kebutuhan informasi politik generasi Z.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Saran Praktisi
Bagi akun Instagram @pinterpolitik harus selalu mempertahankan setiap pesan atau informasi yang akan disajikan agar menjadi sebuah akun informasi yang bermanfaat bagi *followers* nya, dengan memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan informasi politik bagi generasi Z. akun Instagram @pinterpolitik disarankan untuk lebih memperhatikan kedekatan dengan para pengikutnya. Dengan memanfaatkan indikator *connection* untuk membangun hubungan antara akun Instagram @pinterpolitik dan para pengikutnya, diharapkan dapat tercipta kedekatan yang lebih intim. Hal ini dianggap penting karena pengaruh media sosial, khususnya Instagram, yang lebih personal diharapkan mampu menghasilkan konten yang sesuai dengan kebutuhan informasi politik para pengikut khususnya generasi Z.
2. Saran Akademis
Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah pengetahuan secara akademis kepada mahasiswa/i mengenai sebuah penelitian terkait pengaruh media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @pinterpolitik terhadap kebutuhan informasi politik generasi Z. Penelitian ini dapat menjadi rujukan atau mengungkap variabel yang belum tercantum dalam penelitian ini. Peneliti berharap dapat melakukan penelitian dengan variabel baru nantinya, agar dapat menemukan hasil yang lebih bervariasi dan bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. Darma, Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2). Jakarta: Guepedia, 2021.
- [2] E. Haryono, M. Slamet, dan S. Damar, STATISTIKA SPSS 28. Bandung : Widina Bhakti Persada, 2023. [Daring]. Tersedia pada: www.penerbitwidina.com
- [3] I. Hermawan, Metodologi penelitian pendidikan (kualitatif, kuantitatif dan mixed method). Kuningan: Hidayatul Quran, 2019.
- [4] I. Machali, Metode penelitian kuantitatif (panduan praktis merencanakan, melaksanakan, dan analisis dalam penelitian kuantitatif). Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga, 2021.
- [5] K. Abdullah dkk., Metodologi penelitian kuantitatif, no. 2. Pidie, 2022.
- [6] M. Anshori dan S. Iswati, Metodologi penelitian kuantitatif: edisi 1. Surabaya: Airlangga University Press, 2019.
- [7] S. P. Nadirah, A. D. R. Pramana, dan N. Zari, Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mix Method (Mengelola Penelitian Dengan Mendeley dan Nvivo). Pasaman Barat: CV. Azka Pustaka, 2022.
- [8] T. Dyatmika, Ilmu komunikasi. Yogyakarta: Zahir Publishing, 2021.
- [9] Y. Djuyandi, Pengantar Ilmu Politik. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers, 2023.
- [10] A. Apriani, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kualitas Informasi Akun Instagram @Magangupdate Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Magang Followers," COMSERVA : Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, vol. 3, no. 06, hlm. 2403–2417, Okt 2023, doi: 10.59141/comserva.v3i06.1029.
- [11] A. Aziz dan B. Widodo, "Pengaruh Media Sosial Sebagai Sumber Pengetahuan Politik Generasi Z Terhadap Literasi Politik pada Pemilu 2020," Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta , 2022.
- [12] A. Basyit, B. Sutikno, dan J. Dwiharto, "Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Karyawan," Jurnal EMA - Ekonomi Manajemen Akuntansi , vol. 5, no. 1, hlm. 12–20, 2020.
- [13] A. Ferniansyah, S. Nursanti, dan L. Nayiroh, "Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kreativitas Berpikir Generasi Z," Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia, vol. 6, no. 9, hlm. 4288–4298, 2021, doi: 10.36418/syntax.
- [14] A. N. A. Rusnali, "Media Sosial dan Dekadensi Moral Generasi Muda Social Media and Moral Decadence of the Young Generation," Connected, vol. 1, no. 1, hlm. 29–37, 2020.

- [15] A. P. Sutrisno dan I. D. Mayangsari, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers," *Jurnal Common*, vol. 5, no. 2, hlm. 118–133, 2021, doi: 10.34010/common.
- [16] Ardiansyah, Risnita, dan M. S. Jailani, "Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif," *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, vol. 1, no. 2, hlm. 1–9, 2023, [Daring]. Tersedia pada: <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- [17] A. S. Puspita, S. Binastuti, dan M. Fuad, "Pengaruh Terpaan Informasi, Kualitas Informasi dan Motivasi Penggunaan Media Akun Instagram @Anakmagang.Id Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Magang Bagi Followers," *UG JURNAL*, vol. 16, no. 12, hlm. 30–37, 2022.
- [18] Asrulla, Risnita, M. S. Jailani, dan Jeka Firdaus, "Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis," *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 7, no. 3, hlm. 26320–26332, 2023.
- [19] A. Shinta, V. W. Sutjipto, dan M. L. Putri, "Pengaruh Media Sosial Instagram @Fyindonesians Terhadap Kebutuhan Informasi Kandungan Gula Pada Kopi Ready To Drink," *LINIMASA : JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, vol. 6, no. 2, hlm. 133–155, 2023.
- [20] C. Anwar, "Pengaruh Insentif Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan (Pada PT. Tasindo Central Perkasa Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo)," *Greenomika*, vol. 3, no. 1, hlm. 30–35, 2021.
- [21] Chaerun N. Damayanti, Amri Dunan, dan Karman, "Pengaruh Terpaan Media dan Kredibilitas Tuan Rumah (Host) Terhadap Minat Politik Generasi Z," *KOMUNIKA*, vol. 8, no. 2, hlm. 79–86, 2021, doi: 10.22236/komunika.v8i1.6473.
- [22] C. Nurhayati, I. A. Bakir, dan F. M. Shaka, "The Influence of Social Media On Religious Identity Politics Among Indonesian Millennial Generation," *Simulacra*, vol. 5, no. 2, hlm. 57–70, 2022.
- [23] C. N. Zempi, A. Kuswanti, dan S. Maryam, "Analisis Peran Media Sosial dalam Pembentukan Pengetahuan Politik Masyarakat," *Ekspresi dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 6, no. 1, hlm. 116–123, Jan 2023, doi: 10.33822/jep.v6i1.5286.
- [24] D. F. Sjoraida dan A. R. Nugraha, "Upaya Peningkatan Pengetahuan Politik Melalui Sosialisasi Pendidikan Politik Bagi Generasi Z," *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS*, vol. 1, no. 2, hlm. 104–111, 2023.
- [25] D. Oktaviano, B. Permatasari, dan Y. Fernando, "Pengaruh Faktor Psikologis dan Sosiologis Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil (Studi Pada Konsumen Mobil Avanza di Provinsi Lampung)," *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, vol. 2, no. 1, hlm. 46–54, 2022, [Daring]. Tersedia pada: <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/issue/archive>
- [26] E. A. Hutabarat, A. Maulida, dan R. M. N. Akbar, "Pesan Edukasi Politik Bagi Generasi Z di Akun Instagram Rian Fahardhi," *Prosiding Seminar Nasional*, hlm. 314–323, 2023.
- [27] E. T. Santri, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Kualitas Informasi Instagram @Mrtjkt Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers," *Universitas Gunadarma, Jakarta*, 2023.
- [28] F. N. Zakiyyah dan N. Kurniasih, "Pengetahuan Pengguna Tentang Kematangan Karir Ditinjau dari Kualitas Informasi pada Instagram @glintsid," *Informatio: Journal of Library and Information Science*, vol. 3, no. 1, hlm. 17–32, 2023.
- [29] F. Susanti dan C. Mulyani, "Pengaruh Kepercayaan, Iklan, Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Shopee pada Konsumen Kelurahan Lubuk Buaya," *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 2, no. 2, hlm. 1155–1171, 2022, doi: 10.46306/vls.v2i2.
- [30] F. X. Wartoyo dan Y. P. Ginting, "Sosialisasi Generasi Z Dalam Partisipasi Pemilu 2024," *Jurnal Multidisiplin West Science*, vol. 3, no. 02, hlm. 132–143, 2024.
- [31] H. Karunia H, N. Ashri, dan D. Irwansyah, "Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification," *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, vol. 3, no. 1, hlm. 92–104, Jan 2021, doi: 10.47233/jteksis.v3i1.187.

- [32] J. H. Yam dan R. Taufik, "Hipotesis Penelitian Kuantitatif," *PERSPEKTIF: Jurnal Ilmu Administrasi*, vol. 3, no. 2, hlm. 96–102, 2021.
- [33] J. Indrawan, Efriza, dan A. Ilmar, "KEHADIRAN MEDIA BARU (NEW MEDIA) DALAM PROSES KOMUNIKASI POLITIK," *Medium*, vol. 8, hlm. 1–17, 2020.
- [34] J. J. R. Alfred dan S. P. Wong, "The Relationship Between The Perception of Social Media Credibility and Political Engagement in Social Media Among Generation Z," *Journal of Communication, Language and Culture*, vol. 2, no. 2, hlm. 18–33, 2022.
- [35] K. Dhara, K. Hutomo, L. Brigitta, dan N. Arzella, "Penggunaan Instagram Sebagai Media Kampanye Politik pada Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta 2017: Studi Kasus Pada Basuki Cahya Purnama (Ahok)," *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, vol. 1, no. 2, hlm. 193–207, Des 2020, doi: 10.37535/103001220206.
- [36] L. Apriyana dan I. Z. Pane, "Pengaruh Intensitas Penggunaan Tiktok Akun @Clahayes Sebagai Sarana Edukasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Diet Para Followers," *JSC: Jurnal of Scientific Communication*, vol. 5, no. 2, hlm. 1–12, 2023.
- [37] L. P. Degodona, A. L. Tobing, dan R. L. Raja, "Sosialisasi Tentang Komunikasi Politik Kepada Klompok Tani Terpadu Martubung," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, vol. 4, no. 3, hlm. 2673–2678, 2023, doi: 10.55338/jpkmn.v4i2.1531.
- [38] M. Agustine dan Y. R. Prasetyawati, "Pengaruh kualitas informasi Instagram dan electronic word of mouth terhadap citra dapurfit," *PRofesi Humas*, vol. 5, no. 1, hlm. 82–97, 2020.
- [39] M. A. Wiryawan dan W. Nugroho, "Pengaruh Terpaan Akun Instagram @bekasifood Terhadap Preferensi dalam Memilih Kuliner di Bekasi," *Jurnal Komunikasi Nusantara*, vol. 3, no. 2, hlm. 140–149, 2021.
- [40] M. D. Nurhaditio dan E. Hartanto, "Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi pada Akun Instagram @animolife Terhadap Kebutuhan Informasi Followers," *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, vol. 2, no. 2, hlm. 57–62, 2023, doi: 10.56127/jukim.v2i02.
- [41] M. F. Alfaridzi dan M. S. Budiani, "Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan X," *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, vol. 8, no. 8, hlm. 17–31, 2021.
- [42] M. Ichsan, A. Irawan, dan Y. Safira, "Analisis Komodifikasi Media Sosial Instagram terhadap Citra Partai Politik Menjelang Pemilihan Calon Presiden 2024," *JSHP: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, vol. 7, no. 1, hlm. 76–90, Jan 2023, doi: 10.32487/jshp.v7i1.1440.
- [43] Milasari, Badarussyamsi, dan A. Syukri, "Filsafat Ilmu dan Pengembangan Metode Ilmiah," *Jurnal Filsafat Indonesia*, vol. 4, no. 3, hlm. 217–228, 2021.
- [44] M. I. Saputra dan E. Hartanto, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Covid-19 Pada Followers Akun Instagram @kemenkes_ri," *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, vol. 2, no. 01, hlm. 107–114, 2023.
- [45] M. Martiani, "Pengaruh Media Sosial, Influencer, dan Religiusitas Terhadap Perilaku Filantropi Pada Mahasiswa FIAI UII Di Masa Pandemi COVID-19," Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2021.
- [46] M. Nashrullah, O. Maharani, A. Rohman, E. F. Fahyuni, dan R. S. Untari, "Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data)," Umsida Press, hlm. 1–64, 2023.
- [47] M. Nurfadillah dan A. Ardiansah, "Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19," *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, vol. 16, no. 1, hlm. 21, Jun 2021, doi: 10.14421/fhrs.2021.162.21-39.
- [48] M. Waruwu, "Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)," *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 7, no. 1, hlm. 2896–2910, 2023.
- [49] M. Yasin, S. Garancang, dan A. A. Hamzah, "Metode dan Instrumen Pengumpulan Data (Kualitatif dan Kuantitatif)," *Journal of International Multidisciplinary Research*, vol. 2, no. 3, hlm. 161–173, 2024, [Daring]. Tersedia pada: <https://journal.banjaresepacific.com/index.php/jimr>

- [50] N. K. Afkarina, A. W. Widodo, dan M. T. Furqon, "Implementasi Regresi Linier Berganda Untuk Prediksi Jumlah Peminat Mata Kuliah Pilihan," *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 3, no. 11, hlm. 10462–10467, 2019.
- [51] N. Kholifah, "Pendekatan Ilmiah (Scientific Approach) Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Dan Budi Pekerti Kurikulum 2013: Studi Analisis Berdasarkan Paradigma Positivistik," *CENDEKIA: Jurnal Studi Keislaman*, vol. 5, no. 1, hlm. 1–23, 2019, [Daring]. Tersedia pada: <http://kbbi.web.id/dekat>,
- [52] N. M. Janna dan Herianto, "Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS," *Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI) Kota Makassar*, 2021.
- [53] N. Sariyani, R. Dwi Putra, P. Wulandari, dan P. Pontianak, "Survei Penggunaan Media Sosial di Kalangan Masyarakat Pasar Hongkong Kota Singkawang," *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, vol. 3, no. 3, 2024.
- [54] N. S. P. Anggraeni dan M. A. A. Rohimakumullah, "Pengaruh Kualitas Informasi Akun Instagram @Kotajakartapusat Terhadap Citra Pemerintah," *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora*, vol. 5, no. 2, hlm. 418–427, Des 2022, doi: 10.31539/kaganga.v5i2.4315.
- [55] N. Suriani, Risnita, dan M. S. Jailani, "Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan," *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, vol. 1, no. 2, hlm. 24–36, 2023, [Daring]. Tersedia pada: <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- [56] N. W. Safira dan I. Zurani, "Pengaruh Terpaan Media Instagram @Pekanbarukuliner Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 11, no. 2, hlm. 77–85, 2022.
- [57] R. Ariel, "Pengaruh Penggunaan Akun Instagram@ giladiskonn Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers (Studi Pada Followers@ giladiskonn)," *Digital Repository Unila*, 2023.
- [58] R. Berutu, D. P. Bangun, dan Y. Pranata, "Strategi Komunikasi Publik Meryl Rouli Saragih Dalam Membangun Pemahaman Politik Bagi Gen Z Pada Pemilihan Legislatif DPRD Sumut Tahun 2024," *Jurnal Social Opinion*, vol. 7, no. 2, hlm. 151–160, 2023.
- [59] R. Hani dan Y. D. Risanti, "Pengaruh Kualitas Informasi pada Program Persiapan Persalinan Virtual Terhadap Kepuasan Ibu Hamil," *Acta Diurna: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 19, no. 2, hlm. 78–89, 2023, doi: <https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2023.19.2.8319>.
- [60] Ri. N. Ramadhanti, "Pengaruh Motif Penggunaan Media dan Kualitas Informasi Akun @Jktinfo Sebagai Media Berita Online Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Jakarta (Survei Pada Pengikut Instagram Akun @jktinfo)," *UPN Veteran Jakarta, Jakarta*, 2022.
- [61] R. Ulfa, "Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan," *Al-Fathonah*, vol. 1, no. 1, hlm. 342–351, 2021.
- [62] S. Anjani dan Irwansyah, "Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram (The Role Of Social Media Influencers In Communicating Messages Using Instagram)," *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, vol. 16, hlm. 203–229, Mei 2020, doi: [dx.doi.org/10.19166/pji.v16i2.1929](https://doi.org/10.19166/pji.v16i2.1929).
- [63] S. Fatema, L. Yanbin, dan D. Fugui, "Social Media Influence on Politicians' and Citizens' Relationship Through The Moderating Effect of Political Slogans," *Frontiers In Communication*, hlm. 1–21, 2022, doi: 10.3389/fcomm.2022.955493.
- [64] S. Safriana dan N. Samatan, "Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial dan Kualitas Informasi Akun Instagram @Indozone.Id Terhadap Kepuasan Followers Generasi Z dalam Memperoleh Informasi," *Jurnal Komunikasi dan Media*, vol. 02, no. 01, hlm. 17–25, 2021.
- [65] V. H. Pranatawijaya, W. Widiatry, R. Priskila, dan P. B. A. A. Putra, "Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online," *Jurnal Sains Dan Informatika*, vol. 5, no. 2, hlm. 128–137, 2019.
- [66] V. Kusumawardani dan B. Cahyanto, "Fenomena Buzzer dan Hoax Pada Sosial Media dalam Menentukan Pilihan Politik Bagi Gen-Z pada Pilpres 2024 dalam Perspektif Agenda Setting," *Promedia: Public Relation Dan Media Komunikasi*, vol. 9, no. 2, hlm. 241–261, 2023.
- [67] Y. Delvika, "Analisis Kualitas Produk Rumah Tangga Dengan Metode Quality Function Deployment (QFD) pada PT. ABC," *Jurnal Ilmiah Teknik Industri Prima*, vol. 4, no. 1, hlm. 10–14, 2020.

- [68] Z. Dhaefina, “Pengaruh Kualitas dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Youtube Channel Gadgetin Terhadap Keputusan Pembelian Gadget,” 2022.
- [69] M. Makbul, “Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian,” 2021. doi: 10.31219/osf.io/svu73.
- [70] “Akun Instagram pinterpolitik,” pinterpolitik. Diakses: 25 Maret 2024. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.instagram.com/pinterpolitik/>
- [71] A. D. Riyanto, “Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024,” andi.link. Diakses: 25 Maret 2024. [Daring]. Tersedia pada: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- [72] A. T. Haryanto, “APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang,” detik.com. Diakses: 25 Maret 2024. [Daring]. Tersedia pada: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7169749/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- [73] “Profil Pinterpolitik,” pinterpolitik.com. Diakses: 17 Juni 2024. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.pinterpolitik.com/profile/>
- [74] N. Muhamad, “Media Sosial yang Sering Digunakan Responden untuk Mengakses Informasi Politik (Oktober 2023),” databoks.katadata.co.id. Diakses: 25 Maret 2024. [Daring]. Tersedia pada: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/14/ini-media-sosial-yang-dipakai-anak-muda-untuk-akses-informasi-politik>