

PENGARUH INSTAGRAM @VOLIX.MEDIA TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PADA FOLLOWERS GENERASI Z DI BEKASI SELATAN

Zerdyan Ardiansyah¹, Rahmadiani Indri Adi Putri², Sulistiyawati³
 Akademi Media Radio dan TV Jakarta ^{1,2,3}
 Jl.Cakung Cilincing Timur, Jakarta Timur 13950
zrynarsy@gmail.com¹, rahmadianiindri92@gmail.com²,
sulistw78@gmail.com³

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh akun Instagram @volix.media terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* Generasi Z di wilayah Bekasi Selatan. Di era digital, media sosial telah mengubah cara individu, khususnya generasi muda, dalam mengakses dan mengonsumsi informasi. Akun @volix.media, milik Volix Group, menyajikan konten seputar budaya populer, musik, seni, film, dan isu-isu terkini dengan gaya komunikasi santai yang diminati oleh Gen Z. Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification* yang menyatakan bahwa khalayak secara aktif memilih media berdasarkan kebutuhan dan kepuasan pribadi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik survei melalui *Google Form*, yang disebarakan kepada 100 responden *followers* aktif @volix.media. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram, khususnya melalui konten yang dikurasi seperti pada @volix.media, secara signifikan membantu Gen Z dalam memenuhi kebutuhan informasi hariannya. Kesimpulannya, @volix.media berperan penting sebagai saluran informasi yang mudah diakses dan menarik, serta disesuaikan dengan preferensi Generasi Z. Hasil penelitian ini mendukung pengembangan strategi konten yang informatif dan menarik untuk platform media sosial.

Kata kunci: *Instagram, kebutuhan informasi, media sosial, generasi Z, teori gratifikasi*

PENDAHULUAN

Akun Instagram @volix.media terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada *followers* generasi Z di Bekasi Selatan. Dengan pendekatan kuantitatif dan mDi era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dalam hal memperoleh informasi. Masyarakat, khususnya generasi muda, telah mengalami pergeseran perilaku dalam mencari dan mengonsumsi informasi dari media konvensional ke media digital. Salah satu bentuk media digital yang paling populer dan digunakan secara luas oleh generasi muda adalah media sosial, khususnya Instagram. Dengan fitur-fitur yang interaktif dan berbasis visual, Instagram menjadi wadah utama bagi generasi Z untuk mengekspresikan diri sekaligus memperoleh informasi yang dibutuhkan.

Instagram bukan hanya sekadar platform untuk berbagi foto dan video, tetapi telah berkembang menjadi sarana komunikasi massa yang mampu menyampaikan informasi secara cepat, luas, dan menarik. Akun-akun tertentu di Instagram telah

bertransformasi menjadi sumber informasi yang kredibel dan digemari, salah satunya adalah akun @volix.media. Akun ini dimiliki oleh Volix Group dan fokus pada penyampaian informasi terkait budaya pop, musik, film, seni, dan isu-isu terkini yang dikemas dalam gaya bahasa yang santai dan komunikatif. Hal ini membuat akun @volix.media sangat relevan dan diminati oleh generasi Z, khususnya mereka yang tinggal di wilayah perkotaan seperti Bekasi Selatan.

Generasi Z adalah generasi yang lahir di era internet dan tidak bisa dilepaskan dari teknologi. Mereka tumbuh dengan berbagai platform digital dan memiliki kecenderungan yang kuat terhadap informasi yang serba cepat, ringkas, dan mudah diakses. Dalam konteks ini, kebutuhan informasi mereka tidak hanya terbatas pada data atau fakta, tetapi juga menyangkut nilai hiburan, estetika, hingga identitas diri. Oleh karena itu, media sosial seperti Instagram dianggap sebagai media yang mampu memenuhi berbagai jenis kebutuhan informasi mereka. Dalam teori komunikasi, kebutuhan akan informasi dapat dianalisis menggunakan teori Uses and Gratification. Teori ini menjelaskan bahwa khalayak memiliki peran aktif dalam memilih media yang digunakan untuk memenuhi kebutuhannya, baik itu kebutuhan kognitif, afektif, pribadi, sosial, maupun kebutuhan untuk pelepasan stres. Dalam konteks Instagram @volix.media, followers dari kalangan generasi Z secara sadar memilih akun ini sebagai sumber informasi yang sesuai dengan gaya hidup dan preferensi mereka.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang ilmu komunikasi, terutama dalam memahami pergeseran pola konsumsi media dan informasi di kalangan generasi muda. Dengan memahami bagaimana generasi Z menggunakan Instagram dan bagaimana mereka merespons konten yang disampaikan oleh akun seperti @volix.media, kita dapat merumuskan strategi komunikasi yang lebih tepat sasaran dan responsif terhadap kebutuhan serta preferensi generasi ini. Penelitian ini menggunakan teori uses and gratification yang menyatakan bahwa khalayak secara aktif memilih media berdasarkan kebutuhan dan kepuasan pribadi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik survei melalui Google Form, yang disebarluaskan kepada 100 responden followers aktif @volix.media. Pemilihan responden dilakukan dengan purposive sampling berdasarkan kriteria usia (17-24 tahun) dan keaktifan di Instagram.

Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan dari penggunaan akun Instagram @volix.media terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers Generasi Z, dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 75,1%. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram, khususnya melalui konten yang dikurasi seperti pada @volix.media, secara signifikan membantu Gen Z dalam memenuhi kebutuhan informasi hariannya. Kesimpulannya, @volix.media berperan penting sebagai saluran informasi yang mudah diakses dan menarik, serta disesuaikan dengan preferensi Generasi Z. Hasil penelitian ini

mendukung pengembangan strategi konten yang informatif dan menarik untuk platform media social

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar di dalam kehidupan manusia. Komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu Masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi, Dimana masing – masing individu dalam Masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi untuk mencapai tujuan Bersama. Komunikasi menurut Moor (1993) adalah penyampaian pengertian antarindividu. Dikatakannya semua manusia dilandasi kapasitas untuk menyampaikan maksud, Hasrat, perasaan, pengetahuan dan pengalaman dari orang yang satu kepada orang yang lain. Pada pokoknya komunikasi adalah pusat minat dan situasi perilaku di mana suatu sumber menyampaikan pesan kepada seorang

Media Baru

New media menurut Terry Flew (2004) merupakan suatu hal yang baru bagi masyarakat dalam konteks sosial dan budaya yang berkaitan dengan penggunaan teknologi. New media (Media baru) sendiri juga dapat didefinisikan sebagai alat atau sarana komunikasi yang sangat luas dengan menggunakan teknologi digital atau yang biasa disebut teknologi komunikasi dan informa (Creeber dan Martin, 2009). Media baru yang saat ini sangat dikenal luas adalah Internet, internet merupakan gambaran dari salah satu contoh media baru (Vera, 2016). Menurut McQuail (2011),

Media baru merupakan kumpulan perangkat teknologi komunikasi dengan ciri yang sama yaitu memiliki unsur digitalisasi dan ketersediaan yang luas untuk digunakan sebagai alat komunikasi.

Media Sosial

Media sosial saat ini menjadi platform yang banyak digunakan oleh masyarakat, terutama untuk berinteraksi, mendapatkan, dan berbagi informasi secara cepat dan luas dengan memanfaatkan teknologi yang terhubung melalui jaringan internet. Keberadaan media sosial sudah menjadi hal yang biasa bagi banyak orang, yang menyebabkan semakin banyaknya platform media sosial baru yang bermunculan. Hal ini memberikan kebebasan bagi masyarakat untuk memilih media sosial yang sesuai dengan kebutuhan mereka, salah satunya untuk memenuhi kebutuhan informasi

Instagram

Instagram berasal dari gabungan dua kata, yaitu "instan" dan "gram". Kata "instan" menggambarkan kemampuan Instagram untuk menampilkan foto dengan

mudah dan cepat, serta memberikan tampilan yang mirip dengan foto polaroid, yang membuatnya sangat menarik bagi penggunanya. Sementara itu, kata "gram" mengacu pada cara kerja Instagram sebagai platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi secara cepat dan efisien (Atmoko, 2012:28). Instagram adalah media sosial yang dirancang untuk memungkinkan penggunanya berbagi berbagai jenis informasi, seperti gambar, foto, video, dan teks atau caption yang menyertainya, menjadikannya alat yang sangat populer dalam berbagi konten visual di dunia maya (Atmoko, 2012).

Kebutuhan Informasi

Kebutuhan akan informasi merupakan hal yang sangat penting bagi manusia di era ini, dan dapat menjadi masalah jika kebutuhan tersebut tidak terpenuhi. Manusia mengandalkan informasi untuk memenuhi berbagai kebutuhan, seperti meningkatkan pengetahuan, keterampilan, mengurangi ketidakpastian, dan memperoleh kepuasan (Perdana, et al., 2012).

Generasi Z

Generasi muda saat ini sering disebut sebagai generasi Z atau Gen-Z. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hastini (2020), Gen-Z adalah generasi yang sejak lahir sudah berinteraksi dengan perkembangan teknologi. Pengasuhan mereka banyak dipengaruhi oleh teknologi dan internet, dan mereka tidak mengalami kehidupan tanpa kehadiran kedua hal tersebut. Gen-Z, yang lahir antara tahun 1995 hingga 2012, terbiasa hidup dengan teknologi dan internet sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari.

Teori Uses And Gratification

Teori *Uses and Gratifications* adalah teori yang membahas tentang tindakan seseorang terhadap media. Dalam teori ini, khalayak dianggap aktif dalam memanfaatkan media untuk memenuhi berbagai kebutuhannya. Fokus utama dari teori ini adalah penggunaan media sebagai sarana untuk memuaskan kebutuhan individu. Teori ini juga menyatakan bahwa pengguna media memiliki kebebasan dalam memilih media yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka. (Nawiroh Vera, 2016)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk menguji seberapa besar pengaruh penggunaan akun Instagram @volix.media terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers generasi Z di Bekasi Selatan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk Google Form kepada 100 responden yang merupakan followers aktif dari akun @volix.media. Responden dipilih menggunakan

teknik purposive sampling, dengan kriteria utama yaitu berusia 17 hingga 24 tahun serta aktif menggunakan Instagram.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup dengan skala Likert, yang dirancang untuk mengukur intensitas penggunaan Instagram serta tingkat pemenuhan kebutuhan informasi berdasarkan kategori dalam teori uses and gratification. Proses analisis data dimulai dari uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas instrumen, dilanjutkan dengan uji asumsi klasik seperti normalitas dan linearitas. Analisis utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tersebut. Seluruh proses analisis dilakukan menggunakan software pengolahan data statistik.

HASIL DAN DISKUSI

Uji Validitas dan Reabilitas

Hasil Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah kuesioner valid atau tidak. Suatu instrumen atau kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan yang ada pada instrumen tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Peneliti mengambil sebanyak 30 responden yang mewakili responden followers akun @volix.media.

Penelitian telah melakukan pengolahan data menggunakan IBM SPSS Statistic Vesi 27 yang menyatakan bahwa setiap item pernyataan dari variabel X dan Y dapat dinyatakan reliabel. Uji reabilitas dalam penelitian ini dilakukan pada 30 responden. Berdasarkan hasil uji reabilitas tabel 4.6 di atas, variabel X diuji menggunakan 12 pernyataan. Hasil uji reabilitas variabel X menunjukkan nilai Alpha Cronbach sebesar 0,899 yang melebihi standar minimum 0,6. Maka uji reabilitas X dapat dinyatakan reliabel dan termasuk dalam interval korelasi 0,80-1,00 sehingga dinyatakan masuk dalam kategori reabilitas sangat tinggi. Berdasarkan hasil uji reabilitas tabel 4.7 di atas, variabel Y diuji menggunakan 14 pernyataan. Hasil uji reabilitas variabel Y menunjukkan nilai Alpha Cronbach sebesar 0,928 yang melebihi standar minimum 0,6. Maka uji reabilitas Y dapat dinyatakan reliabel dan termasuk dalam interval korelasi 0,80-1,00 sehingga dinyatakan masuk dalam kategori reabilitas sangat tinggi.

Uji Normalitas

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.08026874
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.065
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Uji normalitas yang dilakukan oleh peneliti untuk menganalisis regresi antara variable bebas (independent variable) dengan variable terikat (dependen variable) atau keduanya untuk melihat apakah mempunyai distribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Dalam uji normalitas ini, peneliti menggunakan SPSS versi 27 dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Data dianggap berdistribusi normal apabila nilai signifikansi data $> 0,1$. Jika nilai $< 0,1$ maka data tersebut dinyatakan tidak berdistribusi dengan normal. Berdasarkan tabel 4.8 diatas, maka dapat diketahui nilai Asmp. Sig (2- tailed) adalah 0,200. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa distribusi data dari 100 responden berdistribusi secara normal, karena nilai signifikansi $0,200 > 0$,

Uji Linearitas

**Tabel 2. Hasil Uji Linearitas
ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	2778.303	18	154.350	16.441	<.,001
		Linearity	2655.930	1	2655.930	282.900	<.,001
		Deviation from Linearity	122.373	17	7.198	.767	.725
	Within Groups		760.447	81	9.388		
Total			3538.750	99			

Uji linearitas yang dilakukan oleh peneliti untuk mengathui apakah variabel bebas (independet variable) dan variabel terikat (dependen variable) memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan. Dalam penelitian uji linearitas ini,

peneliti menggunakan bantuan SPSS versi 27 dengan menggunakan tabel Anova. Berdasarkan hasil tabel 4.9 di atas bahwa nilai uji linearitas lebih besar dari 0,1 yaitu memiliki nilai signifikansi sebesar 0,725, sehingga dapat diambil kesimpulannya bahwa variabel-variabel tersebut memiliki hubungan linear antara variabel bebas (independent variable) dengan variabel terikat (dependen variable).

Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.133	2.425		1.704	.091
	X	1.071	.062	.866	17.171	<.001

a. Dependent Variable: Y

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana adalah untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara variabel terikat (dependen variable) dengan variabel bebas (independent variable), sehingga peneliti menggunakan uji regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh penggunaan media social Instagram akun @volix.media terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada *Followers*. Uji analisis regresi linear sederhana bertujuan untuk

memperkirakan nilai pada variabel terikat (dependen variable) apabila variabel bebas (independent variable) mengalami penurunan atau kenaikan. Berdasarkan hasil data pada tabel 4.10 Analisis data dalam penelitian ini memakai analisis regresi linear sederhana dengan persamaan :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 4.133 + 1,071X$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut maka hasil uji t yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 4,133. Artinya adalah apabila X (Penggunaan Media Sosial) di asumsikan no (0), maka Y (Kebutuhan Informasi) bernilai 14,750.
2. Koefisien Regresi Variabel (Penggunaan Media Sosial) sebesar 1,071 menggambarkan bahwa Pengaruh Penggunaan Media Sosial mempunyai pengaruh positif terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada *Followers*. Artinya setiap perubahan 1 satuan variabel, maka akan meningkat Kebutuhan Informasi sebesar 0,866 dengan asumsi variabel lain tetap.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 4. Hasil Uji T

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.133	2.425		1.704	.091
	X	1.071	.062	.866	17.171	<.001

a. Dependent Variable: Y

Uji T digunakan untuk tujuan menentukan ada atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas (independent variable) dengan variabel terikat (dependent variable). Berdasarkan data tabel 4 Analisis perhitungan t hitung dan data dapat disimpulkan bahwa nilai sig sebesar 0,001 <0,1 dan nilai t hitung 17,171 > t tabel 1,660. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa variabel X memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap variabel Y.

Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.866 ^a	.751	.748	3.001

a. Predictors: (Constant), X

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel bebas (independent variabel) terhadap variabel terikat (dependent variabel) atau dengan kata lain yaitu menggambarkan proporsi pengaruh semua variabel bebas (independent variabel) terhadap variabel terikat (dependent variabel). Berdasarkan tabel diatas, menjelaskan bahwa besarnya nilai R Square yaitu 0,751. Yang berarti bahwa pengaruh variabel independen yaitu Pengaruh penggunaan Media Sosial (X) terhadap variabel dependen yaitu Pemahaman Informasi (Y) adalah sebesar 75,1% sedangkan sisanya, sebesar 24,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 responden followers aktif akun Instagram @volix.media di Bekasi Selatan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan akun tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi generasi Z. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi

(R²) sebesar 0.751 atau 75,1%, yang berarti sebagian besar variasi kebutuhan informasi responden dapat dijelaskan oleh intensitas penggunaan akun @volix.media. Konten yang dikemas secara visual, santai, dan informatif menjadi alasan utama mengapa akun ini diminati oleh generasi muda.

Temuan ini memperkuat asumsi teori uses and gratification, bahwa pengguna media sosial secara aktif memilih saluran informasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Dalam hal ini, @volix.media berhasil memenuhi berbagai aspek kebutuhan informasi, mulai dari kognitif hingga afektif dan sosial. Ini menunjukkan pentingnya pengelolaan konten yang sesuai dengan karakteristik dan preferensi audiens.

SARAN

Saran yang dapat diberikan adalah agar pengelola akun @volix.media terus mempertahankan kualitas dan keberagaman konten yang disajikan, serta lebih menggali kebutuhan informasi followers melalui interaksi dan survei berkala. Selain itu, disarankan pula agar generasi Z lebih kritis dalam menyaring informasi dan tetap mempertimbangkan sumber lain yang kredibel sebagai pembanding, guna meningkatkan literasi informasi mereka secara menyeluruh.

REFERENSI

- Abdullah, H. S. A. S., Prananingrum, E. N., & Putri, M. L. (2024). Opini Publik Followers Instagram Volix Media sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Publik. *PERSPEKTIF*, 13(2), 329-338
- Afif, Z., Azhari, D. S., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Ilmiah (Kuantitatif) Beserta Paradigma, Pendekatan, Asumsi Dasar, Karakteristik, Metode Analisis Data Dan Outputnya. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 682-693.
- Ariani, S. A., & Nurmariati, A. H. (2022). Motif Subscriber Menonton Vlog Odg di Rian Tv youtube Channel Terhadap Kepuasan Menonton. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 4(1), 1-14
- Erizal, N., Kholil, S., & Yasmin, N. (2024). Pengaruh Penggunaan Akun Instagram@ussfeeds Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers Dikalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *Journal of Student Development Informatics Management (JoSDIM)*, 4(1), 111-125.
- Montanesa, D., & Karneli, Y. (2021). Pemahaman remaja tentang internet sehat di era globalisasi. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(3), 1059-1066.
- Mustafa, P. S., Gusdiyanto, H., Victoria, A., Masgumelar, N. K., & Lestariningsih, N. D. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian tindakan kelas dalam pendidikan olahraga. *Insight Mediatama*.
- Nabila, L. N., Utama, F. P., Habibi, A. A., & Hidayah, I. (2023). Aksentuasi literasi

- pada gen-z untuk menyiapkan generasi progresif era revolusi industri 4.0. *Journal of Education Research*, 4(1), 28-3
- Pratama, S. A., & Permatasari, R. I. (2021). Pengaruh penerapan standar operasional prosedur dan kompetensi terhadap produktivitas kerja karyawan divisi ekspor pt. Dua kuda indonesia. *Jurnal ilmiah m-progress*, 11(1).
- Rohmah, N. N. M. (2020). Media sosial sebagai media alternatif manfaat dan pemuas kebutuhan informasi masa pandemik global covid 19 (kajian analisis teori uses and gratification). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1-16.
- Saputri, A. D., Handayani, S., & DP, M. K. (2021). Pengaruh Disiplin Kerja dan Pemberian Insentif terhadap Kinerja Karyawan PT Putra Karisma Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(1), 25-42
- Sinambela, B. K., & Ariska, Z. (2023). Pengaruh Fitur Instagram Stories Terhadap Eksistensi Diri Remaja (Survei Pada Remaja Di RW 09 Ciledug, Kelurahan Sudimara Tangerang). *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 2(1), 8-18.
- Subekti, M. R., Wibowo, D. C., & Triani, S. (2021). Pengaruh Penerapan Pendekatan Saintifik Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Pembelajaran Tema 2 Selalu Berhemat Energi dan Subtema 1 Sumber Energi Pada Siswa Kelas IV SD Negeri 23 Menyumbang Sintang Tahun Ajaran 2019/2020. *Jurnal Studi Guru Dan Pembelajaran*, 4(1), 39-48.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram@ Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118-133.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan penelitian pendidikan: metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896-2910.
- Wijaya, F., & Dameria, O. (2024). Pengaruh Kepemimpinan, Disiplin Kerja, dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Matahari Department Store Cabang Festival Citylink Bandung. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 5(2), 211-228.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3