KREDIBILITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @SEMUATENTANGBATAM PADA PEMENUHAN INFORMASI FOLLOWERS

Yuliatin[1], Sholihul Abidin, S.Sos.I., M.I.Kom[2]

[1]Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam

[2]Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam

email : Pb141110001@upbatam.ac.id

ABSTRACT

@semuatentangbatam is an Instagram social media account that contains information about Batam City. This account make it easier for the public to find information about what is happening in Batam City. The author is interested in knowing the credibility of @semuatentangbatam social media account in terms of following Followers information. The research was classified as a quantitative descriptive. The sampling technique of this research was Isaac and Michael with 348 respondents of sample value. The research data were collected from questionnaire and the method that used is share link of the questionnaire to @semuatentangbatam followers.The research found that: a) The results of the data validity test, the data that has been tested on the x and y variables is declared valid. b) The results of the data reliability test using Conbrach's Alpha the value obtained is 0.844 for the credibility variable and the value is 0.874 for the results of the information fulfillment variable, it can be concluded that each variable is considered reliable. c). The results of the normality test, each variable is normally distributed. d) It is known that the credibility variable has a positive and significant effect on the information fulfillment variable. The results of several tests carried out on the x variable against the y variable show that the hypothesis in this study is that the credibility of Instagram social media has an influence on its followers to meet the information they need.

Keywords: Credibility, fulfillment of information, instagram

PENDAHULUAN

Pada saat ini aspek kehidupan manusia dipengaruhi oleh kecanggihan teknologi dan informasi yang sudah maju , kebutuhan manusia akan informasi-informasi yang ada menjadikan teknologi tersebut menjadi penting. Pada era globalisasi, dengan canggihnya teknologi yang ada memerikan dampak yang besar bagi masyarakat.

Dalam (Paramitha,2020:42), sebelumnya informasi disebarkan secarasatu arah ke khalayak yang luas namun pada saat ini bisa ke segala arah yaitu dari khalayak ramai ke banyak khalayak. Itu semua dikarenakan adanya media yang di desain sedemikian rupa untuk memudahkan ketika berinteraksi yaitu dengan media sosial.

Menurut Meike dan Young dalam Nasrullah (2020) media sosial adalah penggabungan antara komunikasi seseorang ke orang lain yaitu dengan berbagi informasi kepada siapun tanpa membedakan

Media sosial saat ini dijadikan oleh masyarakat untuk membagikan pengalaman dan informasi. Bisa dikatakan bahwa media sosial seperti buku harian dimana penggunanya akan rajin membagikan momen bahagia, sedih ataupun momen-momen penting melalui posting-an. Munculnya sosial media tentunya memberikan manfaat yang begitu banyak bagi masyarakat terutama dalam hal mencari informasi dan berkomunikasi. Salah satu media sosial yang famous dikalangan masyarakat yaitu instagram

Instagram adalah salah satu media yang sedang popular saat ini , media sosial dapat bermanfaat bagi para penggunanya terlebih untuk saling berkomunikasi dan memberi informasi, dan pengguna media sosial juga bisa membagikan postingan kesehariannya tentang apa yang telah ia lakukan sebagai dokumentasi.

Instagram diresmikan pada tanggal 6 Oktober 2010 dan mampu menjaring orang sebanyak 25.000 di hari pertama. Menurut Atmoko (2020 :3) instagram merupakan jaringan yang berfokus pada fotografi. Nama instagram itu sendiri diambil dari kata insta dan gram yang memiliki arti cara mudah dalam pembidikan foto yang lalu di sebarluaskan kepada orang lain yang ada di instagram tersebut.

Pesatnya perkembangan pengguna Instagram di Indonesia, sehingga media sosialdapat digunakan oleh siapa saja dan dapat dinikmati semua orang. Salah satunya Akun Instagram @semuatentangbatam merupakan sosial media yang menyajikan berbagai macam event, wahana, edukasi, kuliner hingga berita ter-up to date Batam yaitu akun Instagram @semuatentangbatam yang mulai aktif pada tahun 2017 dan sampai dengan saat ini sudah memiliki *followers* sebanyak 176 ribu orang. Akun @semuatentangbatam saat ini menjadi akun Instagram penyampain berita dan seputar informasi lainnya yang mempunyai banyak followers di Kota Batam. karena akun Instagram @semuatentangbatam setiap harinya memberikan informasi-informasi terkini yang dibutuhkan oleh followersnya, yang hingga saat ini sudah ada lebih dari 4.891 informasi dalam bentuk foto dan video dihalaman instagramnya.

Informasi dianggap sangat penting di masa sekarang ini, karena informasi diperlukan oleh masyarakat untuk menemukan informasi tentang hal-hal yang dicarinya. Informasi itu sendiri dapat dicari dari berbagai sumber oleh siapa saja. Informasi merupakan pesan yang sdah dibentuk dari sebuah data atau informasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat'

Dalam(Mulyani, 2020), ketika seseorang ingin mencari tahu atau menambah wawasan maka orang tersebut akan mencari sebuah informasi. Informasi mempermudah dan membantu seseorang yang sedang kesusahan dengan masalahnya untuk menemukan solusi.

Yusuf dan Subekti (2020, h.82-83) tentang apa saja yeng menjadi kebutuhan informasi yaitu sebagai berikut :

1. Kebutuhan untuk menambah informasi pada lingkungan , memahami, dan memperkuat pengetahuannya secara lebih luas.
2. Kebutuhan yang bisa membuat seseorang bahagia dan terlihat indah
3. Kebutuhan dalam hal memperkuat sesuatu yang berkaitan dengan diri dan status
4. Kebutuhan yang ingin menjalin kerjasama dengan orang lain
5. Kebutuhan yang berkaitan dengan imajinasi untuk lebih terhibur

Kebutuhan pemenuhan akan sebuah informasi menjadi sangat penting agar tidak terjadi kesenjangan pengetahuan dalam diri seseorang baik itu melakukan pekerjaan, memecahkan masalah hingga mencari hiburan. Akun Instagram @semuatentangbatam menyebarkan informasi khusunya di Kota Batam. Pemenuhan kebutuhan informas harus memiliki pesan yang kredibilitas dari media yang menyampaikan pesan.

Kredibilitas media online terdapat 3 fakto yaitu tiga dimensi pemberitaan yang dapat dipercaya dan bersifat mendukung factor tersebut yaitu dimensi *trustworthiness*, *believability*, *accuracy*, *report the whole story*, *balance, fairness.*

KAJIAN PUSTAKA

Pada tahun 2002 Salwen (2020, p.147) dan rekannya melakukan pengujian terhadap media di amerika untuk melihat komponen pada televisi, koran, radio, dan berita online lainnya.Dengan menggunakan teknik pengumpulan data telpon sebagai memlaui survey dengan total 41% yaitu dengan teknik *random sampling* yaitu meneliti tentang bagaimana seseoraang menggunakan media dalam periode tertentu seperti media televisi, Koran , internet dan lainnya.

Pemberitaan media massa seperti menggiring sebuah pendapat tanpa dilakukannya penjelasan ke pada pihak yang bersangkutan. Faktor pengukurannya seperti pemberitaan yang dapat diyakini dan dipercaya dan pemberitaan yang mencakup sebuah dimensi yang seimbang untuk mempengaruhi faktor tersebut.

Pada model Model Uses and Gratifications dijelaskan oleh Elihu Katz (1959) dalam artikel pada pengakuan yang dijelaskan oleh Bernard Berelson (1959) menjelaskan jika pemelitian komunikasi akan tiada. Komunikasi massa yang sebagai ajakan kepada masyarakat saat sedang sekarat hingga efek kampanye yang diselenggarakan kepada masyarakat dengan segala reaksinya. Model Uses and Gratifications merupakan komunikasi massa termasuk terkenal dan sering digunakan untuk mengukur teori pada sebuah realtas yang ada.

Uses and Gratifications menjelaskan bahwa media tidak mengubah perilaku seseorang dan masyarakat , tetapi masyarakat itu sendiri yang memilih kebutuhan akan media sesuai keinginannya. Masyarakat mempunyai tujuan dalam penggunaan media dan untuk mendapatkan kepuasaan sesuai keinginannya sendiri . yaitu media menampilkan keunggulannya dengan menarik khalayak yang sedang mencari keinginannya demi memenuhi kebutuhan.

Pada uses and gratifications tingkah laku khalayak dapat dilihat dari kepntingan akan kebutuhan dan penggunaan media itu sendiri,

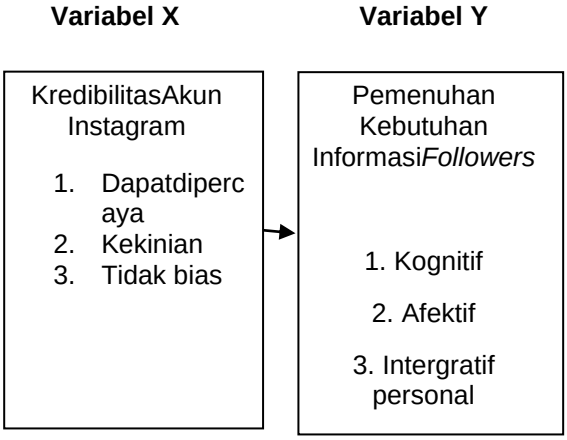
teori ini digunakan pada lingkungan masyarakat dan yang dinilai adalah kebutuhan khalayak tersebut.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang penulis tampilkan aitu untuk memperjelas dan supaya pembaca lebih memahami makna yang dijelaskan adalah sebagai berikut :

media sosial akun instagram @semuatentangbatam sebagai faktor yang mempengaruhi pemenuhan informasi followers menjadi variable independen.

Pemenuhan informasi kepada followers menjadi variabel dependen.



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

Pada penjabaran di atas peneliti melakukan penyajian dan pengujian tentang hipotesis yaitu sebagai berikut

Ho: Kredibilitas media tidak memberikan pengaruh kebutuhan informasi pada pengguna instagram

H_2: Kredibilitas media tidak mempengaruhi pengguna instagram

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam riset ini penulis memakai riset kualitatif dan dengan menggunakan metode survey. Ervinaro Ardianto(2020: 47)menafsirkan analisis kualitatif sebagai metode yang mengumpulkan data dilapangan. Yang analisis datanya melalui perhitungan statistik dan menggunakan rumus-rumus yang ada didalamnya. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu daam wujud penggambaran dan hitungan berupa variable. Survey dilakukan dengan cara pengumpulan data terbanyak melalui pembagian kuisioner. (Ardianto, 2010:51), riset sangat perlu digunakan untuk meneliti jika jumlah yang akan diteliti itu banyak , yaitu dengan menggunakan teknik dalam penentuan sampelnya.

3.1 Populasi

Populasi merupakan daerah generalisasi yang terdiri atas: obyek/ subyek yang memiliki mutu serta ciri tertentu yang dipilih oleh penulis untuk dipelajari serta setelah itu diambil kesimpulan. Populasi dalam riset ini merupakan follower akun instgram @semuatentangbatam. Dari Instagram @semuatentangbatam jumlah followernya ada sebanyak 176. 000 yang mengikuti akun tersebut. Disebabkan keterbatasan waktu serta dana, jumlah populasi yang diambil yaitu follower sebanyak 348 orang.

3.2 Sampel

Populasi adalah bentuk umum yaniteg terdiri dari sebuah objek atau subyek yang ditentukan oleh penulis lalu dipahami dalam mengambil kesimpulannya. follower akun instgram @semuatentangbatam adalah sebagai riset pada penelitian ini. Dari Instagram @semuatentangbatam jumlah followernya ada sebanyak 176. 000 yang mengikuti akun tersebut. Disebabkan keterbatasan waktu serta dana, jumlah populasi yang diambil yaitu follower sebanyak 348 orang.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam riset ini, maka dicoba pengumpulan data. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diisi oleh para responden yang sudah didetetapkan. Kuesioner tersebut dibagikan kepada followers di akun Instagram @semuatentangbatam serta penyebaran kuesioner ini hendak dicoba kepada followers lewat Instagram dan memakai media sosial buat menyebarkan link survey. Setelah itu data- data pendukung didapatkan dari dokumen, buku, internet, riset literatur, ataupun penelitian sebelumnya yang dilakukan sehubungan dengan riset.

3.5 Teknik Analisis Data

menurut Sugiyono (2020: 147) analisis data adalah pengumpulan dari data yang akan diteliti dan analisi data itu dari variabel orang yang akan diteliti. Dengan cara melakukan perhitungan untuk menyelesaikan masalah serta untuk menguji hipotesis. Dalam riset ini, pengukuran dilaksanakan dengan memakai kuesioner yang dibagikan kepada followers akun Instagram@semuatentangbatam

3.6 Uji Kualitas Data

Sesuai dengan metode yang sudah dipaparkan sebelumnya dan memlaui berbagai pengujian seperti uji validitas dan reabilitas.

3.6.1 Uji Validitas

(Sugiyono, 2020 : 267). Dalam mengeliminasinomor yang berhasil dan gagal harus dipastikan melalui tabel. Validitas adalah kebenaran data yang diperoleh dari objek riset yang dilakukan peneliti dan validitas ini untuk memecahkan masalah yang akan diteliti.

Rumus Pearson Product Moment dapat dilihat :

$$r_{xy} = \frac{n\sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{[n\sum i^2 - (\sum i)^2][n\sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

Rumus 3.1 Pearson Product Moment

Keterangan:

n = jumlah responden

x = keseluruhan varibel

y = jumlah keseluruhan dari varibel untuk responden ke-n

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2013: 268) mengungkapkan bahwa informasi atau data di nyatakan sebagai realibel jika adanya dua atau lebih periset dalam suatu objek pada informasi yang sama atau informasi yang sudah dibelah namun tetap memiliki data yang sama. Pengukuran akan relative apabila pengukuran yang dipakai lebih dari sekali mengukur hal yang sama tapi hasil pengukurannya tidak berubah maka disebut juga reliable. Banyak tata cara yang digunakan salah satunya adalah Anova Hoyt, Resep Flanagan yaitu resep belah dua dan tata cara uji ulang. Dalam riset ini menggunakan tata cara Cronbach' s Alpha, yaitu dengan pengujian pada skala likert dan uji ini menggunakan hitungan koefisien alpha. Yaitu dengan menggunakan rumus :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2}\right]$$

Rumus 3.2 Cronbach's Alpha

Keterangan:

r11 = Reabilitas Instrumen

k = Jumlah Butir Pertanyaan

∑σ_b^2 = Jumlah Varian Pada Butir

σ_t^2 = Varian Total

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

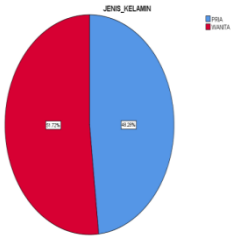
Menurut Wibowo (2020: 61) tentang uji normalitas data untuk mengenali nilai residu yang akan diteliti apakah normal dan tidak normal. Nilai yang normal akan berbentuk kurva lonceng. Data yang tidak wajar yaitu apabila memiliki nilai informasi yang tak biasa atau sedikit. Dalam riset ini melihat normal probability sebagai pembanding distribusi komulatif data sebenarnya dan dari data normal.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

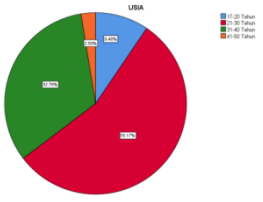
Penelitin ini menggunakan analisis deskriptif, dapat diketahui hasil deskriptif masing-masing variabel. Pada penelitian ini dilakukan penyebaran kuesioner atau angket kepada followers akun @semuatentangbatam sebanyak 348 responden yang menjadi bagian dalam pengikut akun @semuatentangbatam, setelah dilakukan membagikan kueisioner atau angket, jadi hasil yang didapat dari profil responden sebagai berikut:

Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin



Dari diagram diatas diketahui bahwa total dari responden yang berjenis wanita sebanyak 51,72% responden dan responden berjenis kelamin pria sebanyak 49,14% responden. Maka dapat disimpulkan bahwa responden wanita lebih dominan dari pada responden pria.

Data Responden berdasarkan Usia



DDari diagram diatas disimpulkan, bahwa responden yang banyak persentasenya berusia 21-30 tahun sebesar 55,17% responden, sedangkan diusia 31-40 tahun sebesar 32,76% responden, diusia 17-20 tahun sebanyak 9,48% responden dan yang paling rendah nilai

respondennya diusia 41-50 tahun sebanyak 2.59% responden

Hasil Uji Validitas Data

Dalam uji validitas data, Untuk menentukan apakah suatu item digunakan atau tidak, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi taraf 0,05,yaituH. Suatu item dianggap valid jika korelasinya signifikanuntukjumlah totalpoin untuk item tersebut. item. memiliki nilai koefisien korelasi yang mencapai minimal 0,30 dianggap valid. Didalam penelitian yang gunakan adalah 23 pertanyaan

Variabel	Item Pernytaan	r hitung	t tabel	keterangan
KREDIBILITAS	X1.1	.451**	0,104	Valid
	X1.2	.529**	0,104	
	X1.3	.611**	0,104	
	X1.4	.621**	0,104	
	X1.5	.551**	0,104	
	X2.1	.632**	0,104	
	X2.2	.652**	0,104	
	X2.3	.645**	0,104	
	X2.4	.616**	0,104	
	X3.1	.716**	0,104	
	X3.2	.556**	0,104	
	X3.3	.674**	0,104	

Variabel	Item Pernytaan	r hitung	t tabel	keterangan
PEMENUHAN INFORMASI	Y1.1	.683**	0,104	Valid
	Y1.2	.664**	0,104	
	Y2.1	.649**	0,104	
	Y3.1	.628**	0,104	
	Y3.2	.713**	0,104	
	Y4.1	.656**	0,104	
	Y4.2	.670**	0,104	
	Y4.3	.634**	0,104	
	Y5.1	.661**	0,104	
	Y5.2	.677**	0,104	
	Y5.3	.689**	0,104	

Dari tabel diatas dapat dilihat untuk variabel pemenuhan informasi mempunyai r hitung > r tabel. Berdasarkan data di atas terlihat bahwa seluruh nilai Sig pada indikator terhadap total tiap indicator adalah kurang dari 0,005 sehingga dikatakan data valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Uji Reabilitas	N of Items
X	Cronbach's Alpha 0,844	12
Y	Cronbach's Alpha 0,874	11

Berdasarkan pengolahan data diatas terlihat bahwa nilai Cronbach's Alpha dari variable X adalah sebesar 0,844 dan variabel Y sebesar 0,874 adalah apabila nilainya lebih dari 0,6 maka seluruh data kuesioner dari setiap masing-masing variable dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan uji normalitas yang menggunkan Kolmogorov Sminov test dapat disimpulkan bahwa nilai Asymp Sig adalah 0,200 > 0,005 dapat diartikan bahwa data terdistibusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		302
Normal Parameters[a,b]	Mean	0
	Std. Deviation	3.08209163
Most Extreme Differences	Absolute	0.046
	Positive	0.044
	Negative	-0.046
Test Statistic		0.046
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Analisis Regresi Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.602	1.932		3.935	0.000
	KREDIBILTAS	0.786	0.036	0.785	21.946	0.000

a. Dependent Variable: PEMENUHAN INFORMASI FOLLOWERS

Dari hasil pengujian data mendapatkan persamaan regresi yang terjadi dengan melihat tabel coeficient sebagai berikut:

Y = 7,602 + 0,786

Setelah dilakukan pengolahan dapat diketahui hasil uji t menunjukan bahwa nilai konstanta sebanyak 7.602 dapat diartikan variabel kredibilitas (X) dengan nilai 0,00, maka pemenuhan informasi followers (Y) dengan nilai 7,602 sedangkan Variabel (X) nilai koefisien regresinya adalah 0,786, yaitu apakah variabel independen memiliki nilai yang tetap atau tidak berubah. Nilai positif maka berarti ada hubungan positif antara variabel (X) dan variabel (Y)

4.2 Pembahasan

Pengaruh kredibilitas media sosial @semuatentangbatam pada pemenuhan informasi Followers.

Dari hasil nilai R 0,615, maka dapat diartikan bahwa variabel kredibilitas dapat dijelaskan ole kredibilitas sebesar 61,5%,Sisanya 36,6%, sisanya berasal dari variabel lain di luar model atau tidak termasuk dalam model penelitian. Hasil uji f menunjukkan nilai f hitung 481,632 > nilai f tabel 3021 dan nilai Sig tabel Anova lebih kecil dari 0,05. Artinya model penelitian diterima dan variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat.

Setelah dilakukan pengolahan data hasil uji t diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 7,602 dapat diartartikan jika variabel kredibilitas (X) nilainya 0,00 maka pemenuhan informasi followers (Y) nilainya 7,602 sedangkan Variabel (X) nilai dari koefisien regresi sebesar 0,786,

dapat diartikan jika variabel independen nilainya dianggap tetap atau tidak berubah. Jadi nilai positif berarti terdapat korelasi positif antara variabel (X) dan variabel (Y).

Berdasarkan dari uji penelitian, dapat diartikan menunjukan bahwa item indikator kredibilitas yang paling berpengaruh pada penelitian ini adalah “dapat dipercaya” dapat diartikan bahwa informasi yang disampaikan melalui akun instagram @semuatentangbatam mendapat kepercayaan dari followers. Sedangkan indikator dari pemenuhan informasiyang paling berpengaruh adalah “pelepasan” yang artinya tidak sekedar mendapatkan informasi-informasi hal-hal yang baru terjadi tetapi mendapatkan hiburan dari unggahan akun tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa, akun instagram @semuatentangbatam memberikan informasi yang dapat dipercaya oleh followersnya dan mendapatkan pesan yang kredibel.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Setelah melakukan penelitian dan melakukan pengujian hipotesis, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari pengujian validitas, setelah dilakukan olah data pada penelitan bahwa hasilnya dinyatakan valid.

2. Setelah dilakukan pengujian reabilitas, pengolahan data reabilitas menggunakan Conbrach’s Alpha, nilai yang didapatkan untuk variable kredibilitas (X) 0,844 sedangkan untuk variable pemenuhan informasi (Y) nilai yang didapatkan adalah 0,874. Karna nilai Conbrach’s Alpha lebih dari 0,6 maka diartikan seluruh data kuesioner dari setiap variable adalah reliable.

3. Dari hasil uji normalitas, bahwa nilai sig nifikan adalah 200 > 0,05. Hal tersebut berati data berdistribusi secara normal.

4. Dilihat dari hasil uji t hipotesis 1, variabel Kredibiltas (X) mempunyai tingkat signifikan. Sedangkan nilai t hitung 21,946 > t tabel 0,104 dengan nilai signifikan 0,000 < 0,005, sehingga H1 diterima dan H0 ditolak. Berdasarkan uraian diatas dapat bahwa variabel kredibilitas (X) berpengaruh terhadapat variabel pemenuhan informasi follower (Y) yang artinya hipotesis untuk variabel X diterima. Sedangkan H1 kredibilitas media sosial @semuatentangbatam berpengaruh terhadap pemenuhan informasi followers.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, E. (2010a). Metode penelitian untuk Public Relations kuantitatif dan kualitatif.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuntitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta

Wibowo, A. E. (2012). Aplikasi Praktis SPSS dalam penelitian. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.

Atmoko, Bambang Dwi, 2012. Instagram Handbook. Jakarta : Media Kita

Atmoko, Bambang Dwi, 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta : Media Kita

Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial; Persfektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung : Simbiosa Rekatama Media

Yusuf, Pawit M., dan Subekti, Priyo. (2010) Teori dan Praktik Penelusuran Informasi: Information Retrieval. Jakarta, Kencana.

Abdulla, R. A., Garrison, B., Salwen, M. B., Driscoll, P. D., & Casey, D. (2005). Online News Credibility. In M. B. Salwen, B. Garrison, & P. D. Driscoll (Eds.), Online News and The Public, hal. 147-163. New Jersey: Lawrence Erlbaum As sociates

KREDIBILITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @SEMUATENTANGBATAM PADA PEMENUHAN INFORMASI FOLLOWERS

by Yuliatin Yuliatin

Submission date: 24-Jul-2021 03:52PM (UTC+0700)
Submission ID: 1623410669
File name: jurnalku_done.docx (80.54K)
Word count: 2722
Character count: 17463

Dipindai dengan CamScanner

KREDIBILITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @SEMUATENTANGBATAM PADA PEMENUHAN INFORMASI FOLLOWERS

Yuliatin[1], Sholihul Abidin, S.Sos.I., M.I.Kom2

[1]Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam

[2]Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam

email : Pb141110001@upbatam.ac.id

ABSTRACT

@semuatentangbatam is an Instagram social media account that contains information about Batam City. This account make it easier for the public to find information about what is happening in Batam City. The author is interested in knowing the credibility of @semuatentangbatam social media account in terms of following Followers information. The research was classified as a quantitative descriptive. The sampling technique of this research was Isaac and Michael with 348 respondents of sample value. The research data were collected from questionnaire and the method that used is share link of the questionnaire to @semuatentangbatam followers.The research found that: a) The results of the data validity test, the data that has been tested on the x and y variables is declared valid. b) The results of the data reliability test using Conbrach's Alpha the value obtained is 0.844 for the credibility variable and the value is 0.874 for the results of the information fulfillment variable, it can be concluded that each variable is considered reliable. c). The results of the normality test, each variable is normally distributed. d) It is known that the credibility variable has a positive and significant effect on the information fulfillment variable. The results of several tests carried out on the x variable against the y variable show that the hypothesis in this study is that the credibility of Instagram social media has an influence on its followers to meet the information they need.

Keywords: Credibility, fulfillment of information, instagram

PENDAHULUAN

Pada saat ini aspek kehidupan manusia dipengaruhi oleh kecanggihan teknologi dan informasi yang sudah maju , kebutuhan manusia akan informasi-informasi yang ada menjadikan teknologi tersebut menjadi penting. Pada era globalisasi, dengan canggihnya teknologi yang ada memerikan dampak yang besar bagi masyarakat.

Dalam (Paramitha,2020:42), sebelumnya informasi disebarkan secarasatu arah ke khalayak yang luas namun pada saat ini bisa ke segala arah yaitu dari khalayak ramai ke banyak khalayak. Itu semua dikarenakan adanya media yang di desain sedemikian rupa untuk memudahkan ketika berinteraksi yaitu dengan media sosial.

Menurut Meike dan Young dalam Nasrullah (2020) media sosial adalah penggabungan antara komunikasi seseorang ke orang lain yaitu dengan berbagi informasi kepada siapun tanpa membedakan

Media sosial saat ini dijadikan oleh masyarakat untuk membagikan pengalaman dan informasi. Bisa dikatakan bahwa media sosial seperti buku harian dimana penggunanya akan rajin membagikan momen bahagia, sedih ataupun momen-momen penting melalui posting-an. Munculnya sosial media tentunya memberikan manfaat yang begitu banyak bagi masyarakat terutama dalam hal mencari informasi dan berkomunikasi. Salah satu media sosial yang famous dikalangan masyarakat yaitu instagram

Instagram adalah salah satu media yang sedang popular saat ini , media sosial dapat bermanfaat bagi para penggunanya terlebih untuk saling berkomunikasi dan memberi informasi, dan pengguna media sosial juga bisa membagikan postingan kesehariannya tentang apa yang telah ia lakukan sebagai dokumentasi.

Instagram diresmikan pada tanggal 6 Oktober 2010 dan mampu menjaring orang sebanyak 25.000 di hari pertama. Menurut Atmoko (2020 :3) instagram merupakan jaringan yang berfokus pada fotografi. Nama instagram itu sendiri diambil dari kata insta dan gram yang memiliki arti cara mudah dalam pembidikan foto yang lalu di sebarluaskan kepada orang lain yang ada di instagram tersebut.

Dipindai dengan CamScanner

Pesatnya perkembangan pengguna Instagram di Indonesia, sehingga media sosialdapat digunakan oleh siapa saja dan dapat dinikmati semua orang. Salah satunya Akun Instagram @semuatentangbatam merupakan sosial media yang menyajikan berbagai macam event, wahana, edukasi, kuliner hingga berita ter-up to date Batam yaitu akun Instagram @semuatentangbatam yang mulai aktif pada tahun 2017 dan sampai dengan saat ini sudah memiliki *followers* sebanyak 176 ribu orang. Akun @semuatentangbatam saat ini menjadi akun Instagram penyampain berita dan seputar informasi lainnya yang mempunyai banyak followers di Kota Batam. karena akun Instagram @semuatentangbatam setiap harinya memberikan informasi-informasi terkini yang dibutuhkan oleh followersnya, yang hingga saat ini sudah ada lebih dari 4.891 informasi dalam bentuk foto dan video dihalaman instagramnya.

Informasi dianggap sangat penting di masa sekarang ini, karena informasi diperlukan oleh masyarakat untuk menemukan informasi tentang hal-hal yang dicarinya. Informasi itu sendiri dapat dicari dari berbagai sumber oleh siapa saja. Informasi merupakan pesan yang sdah dibentuk dari sebuah data atau informasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat'

Dalam(Mulyani, 2020), ketika seseorang ingin mencari tahu atau menambah wawasan maka orang tersebut akan mencari sebuah informasi. Informasi mempermudah dan membantu seseorang yang sedang kesusahan dengan masalahnya untuk menemukan solusi.

Yusuf dan Subekti (2020, h.82-83) tentang apa saja yeng menjadi kebutuhan informasi yaitu sebagai berikut :

1. Kebutuhan untuk menambah informasi pada lingkungan , memahami, dan memperkuat pengetahuannya secara lebih luas.
2. Kebutuhan yang bisa membuat seseorang bahagia dan terlihat indah
3. Kebutuhan dalam hal memperkuat sesuatu yang berkaitan dengan diri dan status
4. Kebutuhan yang ingin menjalin kerjasama dengan orang lain
5. Kebutuhan yang berkaitan dengan imajinasi untuk lebih terhibur

Kebutuhan pemenuhan akan sebuah informasi menjadi sangat penting agar tidak terjadi kesenjangan pengetahuan dalam diri seseorang baik itu melakukan pekerjaan, memecahkan masalah hingga mencari hiburan. Akun Instagram @semuatentangbatam menyebarkan informasi khusunya di Kota Batam. Pemenuhan kebutuhan informas harus memiliki pesan yang kredibilitas dari media yang menyampaikan pesan.

Kredibilitas media online terdapat 3 fakto yaitu tiga dimensi pemberitaan yang dapat dipercaya dan bersifat mendukung factor tersebut yaitu dimensi *trustworthiness*, *believability*, *accuracy*, *report the whole story*, *balance, fairness*.

KAJIAN PUSTAKA

Pada tahun 2002 Salwen (2020, p.147) dan rekannya melakukan pengujian terhadap media di amerika untuk melihat komponen pada televisi, koran, radio, dan berita online lainnya.Dengan menggunakan teknik pengumpulan data telpon sebagai memlaui survey dengan total 41% yaitu dengan teknik *random sampling* yaitu meneliti tentang bagaimana seseoraang menggunakan media dalam periode tertentu seperti media televisi, Koran , internet dan lainnya.

Pemberitaan media massa seperti menggiring sebuah pendapat tanpa dilakukannya penjelasan ke pada pihak yang bersangkutan. Faktor pengukurannya seperti pemberitaan yang dapat diyakini dan dipercaya dan pemberitaan yang mencakup sebuah dimensi yang seimbang untuk mempengaruhi faktor tersebut.

Pada model Model Uses and Gratifications dijelaskan oleh Elihu Katz (1959) dalam artikel pada pengakuan yang dijelaskan oleh Bernard Berelson (1959) menjelaskan jika pemelitian komunikasi akan tiada. Komunikasi massa yang sebagai ajakan kepada masyarakat saat sedang sekarat hingga efek kampanye yang diselenggarakan kepada masyarakat dengan segala reaksinya. Model Uses and Gratifications merupakan komunikasi massa termasuk terkenal dan sering digunakan untuk mengukur teori pada sebuah realtas yang ada.

Uses and Gratifications menjelaskan bahwa media tidak mengubah perilaku seseorang dan masyarakat , tetapi masyarakat itu sendiri yang memilih kebutuhan akan media sesuai keinginannya. Masyarakat mempunyai tujuan dalam penggunaan media dan untuk mendapatkan kepuasaan sesuai keinginannya sendiri . yaitu media menampilkan keunggulannya dengan menarik khalayak yang sedang mencari keinginannya demi memenuhi kebutuhan.

Pada uses and gratifications tingkah laku khalayak dapat dilihat dari kepntingan akan kebutuhan dan penggunaan media itu sendiri,

Dipindai dengan CamScanner

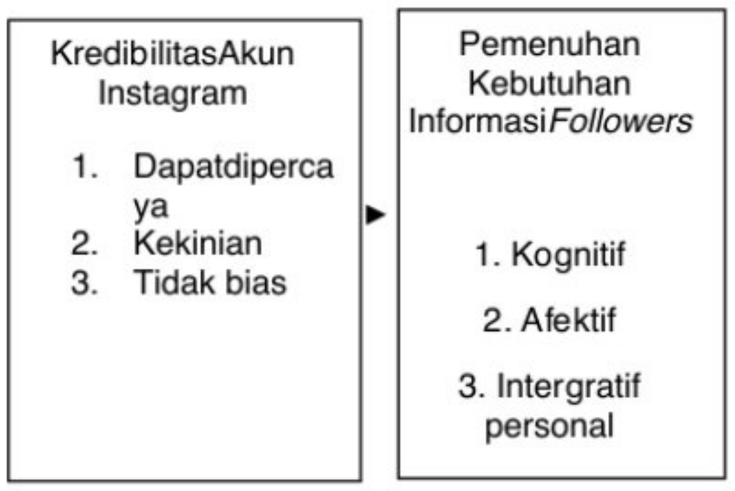
teori ini digunakan pada lingkungan masyarakat dan yang dinilai adalah kebutuhan khalayak tersebut.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang penulis tampilkan aitu untuk memperjelas dan supaya pembaca lebih memahami makna yang dijelaskan adalah sebagai berikut :

media sosial akun instagram @semuatentangbatam sebagai faktor yang mempengaruhi pemenuhan informasi followers menjadi variable independen.

Pemenuhan informasi kepada followers menjadi variabel dependen.



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

Pada penjabaran di atas peneliti melakukan penyajian dan pengujian tentang hipotesis yaitu sebagai berikut

Ho: Kredibilitas media tidak memberikan pengaruh kebutuhan informasi pada pengguna instagram

H_2: Kredibilitas media tidak mempengaruhi pengguna instagram

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam riset ini penulis memakai riset kualitatif dan dengan menggunakan metode survey. Ervinaro Ardianto(2020: 47)menafsirkan analisis kualitatif sebagai metode yang mengumpulkan data dilapangan. Yang analisis datanya melalui perhitungan statistik dan menggunakan rumus-rumus yang ada didalamnya. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu daam wujud penggambaran dan hitungan berupa variable. Survey dilakukan dengan cara pengumpulan data terbanyak melalui pembagian kuisioner. (Ardianto, 2010:51), riset sangat perlu digunakan untuk meneliti jika jumlah yang akan diteliti itu banyak , yaitu dengan menggunakan teknik dalam penentuan sampelnya.

3.1 Populasi

Populasi merupakan daerah generalisasi yang terdiri atas: obyek/ subyek yang memiliki mutu serta ciri tertentu yang dipilih oleh penulis untuk dipelajari serta setelah itu diambil kesimpulan. Populasi dalam riset ini merupakan follower akun instgram @semuatentangbatam. Dari Instagram @semuatentangbatam jumlah followernya ada sebanyak 176. 000 yang mengikuti akun tersebut. Disebabkan keterbatasan waktu serta dana, jumlah populasi yang diambil yaitu follower sebanyak 348 orang.

3.2 Sampel

Populasi adalah bentuk umum yaniteg terdiri dari sebuah objek atau subyek yang ditentukan oleh penulis lalu dipahami dalam mengambil kesimpulannya. follower akun instgram @semuatentangbatam adalah sebagai riset pada penelitian ini. Dari Instagram @semuatentangbatam jumlah followernya ada sebanyak 176. 000 yang mengikuti akun tersebut. Disebabkan keterbatasan waktu serta dana, jumlah populasi yang diambil yaitu follower sebanyak 348 orang.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam riset ini, maka dicoba pengumpulan data. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diisi oleh para responden yang sudah didetetapkan. Kuesioner tersebut dibagikan kepada followers di akun Instagram @semuatentangbatam serta penyebaran kuesioner ini hendak dicoba kepada followers lewat Instagram dan memakai media sosial buat menyebarkan link survey. Setelah itu data- data pendukung didapatkan dari dokumen, buku, internet, riset literatur, ataupun penelitian sebelumnya yang dilakukan sehubungan dengan riset.

3.5 Teknik Analisis Data

menurut Sugiyono (2020: 147) analisis data adalah pengumpulan dari data yang akan diteliti dan analisi data itu dari variabel orang yang akan diteliti. Dengan cara melakukan perhitungan untuk menyelesaikan masalah serta untuk menguji hipotesis. Dalam riset ini, pengukuran dilaksanakan dengan memakai kuesioner yang dibagikan kepada followers akun Instagram@semuatentangbatam

3.6 Uji Kualitas Data

Sesuai dengan metode yang sudah dipaparkan sebelumnya dan memlaui berbagai pengujian seperti uji validitas dan reabilitas.

Dipindai dengan CamScanner

3.6.1 Uji Validitas

(Sugiyono, 2020 : 267). Dalam mengeliminasinomor yang berhasil dan gagal harus dipastikan melalui tabel. Validitas adalah kebenaran data yang diperoleh dari objek riset yang dilakukan peneliti dan validitas ini untuk memecahkan masalah yang akan diteliti.

Rumus Pearson Product Moment dapat dilihat :

$$r_{tx} = \frac{n\sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{[n\sum i^2 - (\sum i)^2][n\sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

Rumus 3.1 Pearson Product Moment

Keterangan:

n = jumlah responden

x = keseluruhan varibel

y = jumlah keseluruhan dari varibel untuk responden ke-n

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2013: 268) mengungkapkan bahwa informasi atau data di nyatakan sebagai realibel jika adanya dua atau lebih periset dalam suatu objek pada informasi yang sama atau informasi yang sudah dibelah namun tetap memiliki data yang sama. Pengukuran akan relative apabila pengukuran yang dipakai lebih dari sekali mengukur hal yang sama tapi hasil pengukurannya tidak berubah maka disebut juga reliable. Banyak tata cara yang digunakan salah satunya adalah Anova Hoyt, Resep Flanagan yaitu resep belah dua dan tata cara uji ulang. Dalam riset ini menggunakan tata cara Cronbach' s Alpha, yaitu dengan pengujian pada skala likert dan uji ini menggunakan hitungan koefisien alpha. Yaitu dengan menggunakan rumus :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2}\right]$$

Rumus 3.2 Cronbach's Alpha

Keterangan:

r11 = Reabilitas Instrumen

k = Jumlah Butir Pertanyaan

∑σ_b^2 = Jumlah Varian Pada Butir

σ_t^2 = Varian Total

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

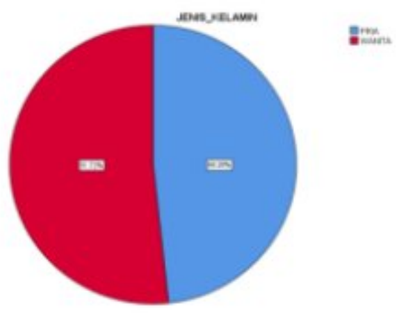
Menurut Wibowo (2020: 61) tentang uji normalitas data untuk mengenali nilai residu yang akan diteliti apakah normal dan tidak normal. Nilai yang normal akan berbentuk kurva lonceng. Data yang tidak wajar yaitu apabila memiliki nilai informasi yang tak biasa atau sedikit. Dalam riset ini melihat normal probability sebagai pembanding distribusi komulatif data sebenarnya dan dari data normal.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

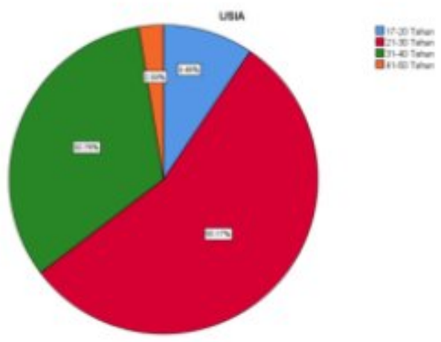
Penelitin ini menggunakan analisis deskriptif, dapat diketahui hasil deskriptif masing-masing variabel. Pada penelitian ini dilakukan penyebaran kuesioner atau angket kepada followers akun @semuatentangbatam sebanyak 348 responden yang menjadi bagian dalam pengikut akun @semuatentangbatam, setelah dilakukan membagikan kueisioner atau angket, jadi hasil yang didapat dari profil responden sebagai berikut:

Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin



Dari diagram diatas diketahui bahwa total dari responden yang berjenis wanita sebanyak 51,72% responden dan responden berjenis kelamin pria sebanyak 49,14% responden. Maka dapat disimpulkan bahwa responden wanita lebih dominan dari pada responden pria.

Data Responden berdasarkan Usia



DDari diagram diatas disimpulkan, bahwa responden yang banyak persentasenya berusia 21-30 tahun sebesar 55,17% responden,

Dipindai dengan CamScanner

sedangkan diusia 31-40 tahun sebesar 32,76% responden, diusia 17-20 tahun sebanyak 9,48% responden dan yang paling rendah nilai respondennya diusia 41-50 tahun sebanyak 2.59% responden

Hasil Uji Validitas Data

Dalam uji validitas data, Untuk menentukan apakah suatu item digunakan atau tidak, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi taraf 0,05,yaituH. Suatu item dianggap valid jika korelasinya signifikanuntukjumlah totalpoin untuk item tersebut. item. memiliki nilai koefisien korelasi yang mencapai minimal 0,30 dianggap valid. Didalam penelitian yang gunakan adalah 23 pertanyaan

Variabel	Item Pernytaan	r hitung	t tabel	keterangan
KREDIBILITAS	X1.1	.451**	0,104	Valid
	X1.2	.529**	0,104	
	X1.3	.611**	0,104	
	X1.4	.621**	0,104	
	X1.5	.551**	0,104	
	X2.1	.632**	0,104	
	X2.2	.652**	0,104	
	X2.3	.645**	0,104	
	X2.4	.616**	0,104	
	X3.1	.716**	0,104	
	X3.2	.556**	0,104	
	X3.3	.674**	0,104	

Variabel	Item Pernytaan	r hitung	t tabel	keterangan
PEMENUHAN INFORMASI	Y1.1	.683**	0,104	Valid
	Y1.2	.664**	0,104	
	Y2.1	.649**	0,104	
	Y3.1	.628**	0,104	
	Y3.2	.713**	0,104	
	Y4.1	.656**	0,104	
	Y4.2	.670**	0,104	
	Y4.3	.634**	0,104	
	Y5.1	.661**	0,104	
	Y5.2	.677**	0,104	
	Y5.3	.689**	0,104	

Dari tabel diatas dapat dilihat untuk variabel pemenuhan informasi mempunyai r hitung > r tabel. Berdasarkan data di atas terlihat bahwa seluruh nilai Sig pada indikator terhadap total tiap indicator adalah kurang dari 0,005 sehingga dikatakan data valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Uji Reabilitas	N of Items
X	Cronbach's Alpha 0,844	12
Y	Cronbach's Alpha 0,874	11

Berdasarkan pengolahan data diatas terlihat bahwa nilai Cronbach's Alpha dari variable X adalah sebesar 0,844 dan variabel Y sebesar 0,874 adalah apabila nilainya lebih dari 0,6 maka seluruh data kuesioner dari setiap masing-masing variable dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan uji normalitas yang menggunkan Kolmogorov Sminov test dapat disimpulkan bahwa nilai Asymp Sig adalah 0,200 > 0,005 dapat diartikan bahwa data terdistibusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		302
Normal Parameters[a,b]	Mean	0
	Std. Deviation	3.08209163
Most Extreme Differences	Absolute	0.046
	Positive	0.044
	Negative	-0.046
Test Statistic		0.046
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Analisis Regresi Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.602	1.932		3.935	0.000
	KREDIBILTAS	0.786	0.036	0.785	21.946	0.000

a. Dependent Variable: PEMENUHAN INFORMASI FOLLOWERS

Dari hasil pengujian data mendapatkan persamaan regresi yang terjadi dengan melihat tabel coeficient sebagai berikut:

Y = 7,602 + 0,786

Setelah dilakukan pengolahan dapat diketahui hasil uji t menunjukan bahwa nilai konstanta sebanyak 7.602 dapat diartikan variabel kredibilitas (X) dengan nilai 0,00, maka pemenuhan informasi followers (Y) dengan nilai 7,602 sedangkan Variabel (X) nilai koefisien regresinya adalah 0,786, yaitu apakah variabel independen memiliki nilai yang tetap atau tidak berubah. Nilai positif maka berarti ada hubungan positif antara variabel (X) dan variabel (Y)

4.2 Pembahasan

Pengaruh kredibilitas media sosial @semuatentangbatam pada pemenuhan informasi Followers.

Dipindai dengan CamScanner

Dari hasil nilai R 0,615, maka dapat diartikan bahwa variabel kredibilitas dapat dijelaskan ole kredibilitas sebesar 61,5%,Sisanya 36,6%, sisanya berasal dari variabel lain di luar model atau tidak termasuk dalam model penelitian. Hasil uji f menunjukkan nilai f hitung 481,632 > nilai f tabel 3021 dan nilai Sig tabel Anova lebih kecil dari 0,05. Artinya model penelitian diterima dan variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat.

Setelah dilakukan pengolahan data hasil uji t diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 7,602 dapat diartartikan jika variabel kredibilitas (X) nilainya 0,00 maka pemenuhan informasi followers (Y) nilainya 7,602 sedangkan Variabel (X) nilai dari koefisien regresi sebesar 0,786, dapat diartikan jika variabel independen nilainya dianggap tetap atau tidak berubah. Jadi nilai positif berarti terdapat korelasi positif antara variabel (X) dan variabel (Y).

Berdasarkan dari uji penelitian, dapat diartikan menunjukan bahwa item indikator kredibilitas yang paling berpengaruh pada penelitian ini adalah "dapat dipercaya" dapat diartikan bahwa informasi yang disampaikan melalui akun instagram @semuatentangbatam mendapat kepercayaan dari followers. Sedangkan indikator dari pemenuhan informasiyang paling berpengaruh adalah "pelepasan" yang artinya tidak sekedar mendapatkan informasi-informasi hal-hal yang baru terjadi tetapi mendapatkan hiburan dari unggahan akun tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa, akun instagram @semuatentangbatam memberikan informasi yang dapat dipercaya oleh followersnya dan mendapatkan pesan yang kredibel.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Setelah melakukan penelitian dan melakukan pengujian hipotesis, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari pengujian validitas, setelah dilakukan olah data pada penelitan bahwa hasilnya dinyatakan valid.

2. Setelah dilakukan pengujian reabilitas, pengolahan data reabilitas menggunakan Conbrach's Alpha, nilai yang didapatkan untuk variable kredibilitas (X) 0,844 sedangkan untuk variable pemenuhan informasi (Y) nilai yang didapatkan adalah 0,874. Karna nilai Conbrach's Alpha lebih dari 0,6 maka diartikan seluruh data kuesioner dari setiap variable adalah reliable.

3. Dari hasil uji normalitas, bahwa nilai sig nifikan adalah 200 > 0,05. Hal tersebut berati data berdistribusi secara normal.

4. Dilihat dari hasil uji t hipotesis 1, variabel Kredibiltas (X) mempunyai tingkat signifikan. Sedangkan nilai t hitung 21,946 > t tabel 0,104 dengan nilai signifikan 0,000 < 0,005, sehingga H1 diterima dan H0 ditolak. Berdasarkan uraian diatas dapat bahwa variabel kredibilitas (X) berpengaruh terhadapat variabel pemenuhan informasi follower (Y) yang artinya hipotesis untuk variabel X diterima. Sedangkan H1 kredibilitas media sosial @semuatentangbatam berpengaruh terhadap pemenuhan informasi followers.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, E. (2010a). Metode penelitian untuk Public Relations kuantitatif dan kualitatif.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuntitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta

Wibowo, A. E. (2012). Aplikasi Praktis SPSS dalam penelitian. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.

Atmoko, Bambang Dwi, 2012. Instagram Handbook. Jakarta : Media Kita

Atmoko, Bambang Dwi, 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta : Media Kita

Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial; Persfektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung : Simbiosa Rekatama Media

Yusuf, Pawit M., dan Subekti, Priyo. (2010) Teori dan Praktik Penelusuran Informasi: Information Retrieval. Jakarta, Kencana.

Abdulla, R. A., Garrison, B., Salwen, M. B., Driscoll, P. D., & Casey, D. (2005). Online News Credibility. In M. B. Salwen, B. Garrison, & P. D. Driscoll (Eds.), Online News and The Public, hal. 147-163. New Jersey: Lawrence Erlbaum As sociates

Dipindai dengan CamScanner

KREDIBILITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @SEMUATENTANGBATAM PADA PEMENUHAN INFORMASI FOLLOWERS

ORIGINALITY REPORT

21%	19%	10%	13%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	4%
2	media.neliti.com Internet Source	2%
3	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	2%
4	stiepasaman.ac.id Internet Source	1%
5	www.scribd.com Internet Source	1%
6	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1%
7	doku.pub Internet Source	1%
8	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%

Dipindai dengan CamScanner

9	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
10	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
11	journal.unair.ac.id Internet Source	1%
12	123dok.com Internet Source	<1%
13	Wulan Puspitasari, Erry Sunarya, Asep M Ramdan. "Analisis Store Image dan Service Quality dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen", Journal of Management and Bussines (JOMB), 2019 Publication	<1%
14	R. Rohana, Agustini Agustini, Ike Atikah Ratnamulyani. "STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MULTILEVEL MARKETING ORIFLAME TERHADAP KEPERCAYAAN DISTRIBUTOR SEBAGAI MITRA USAHA", JURNAL KOMUNIKATIO, 2017 Publication	<1%
15	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1%
16	e-journal.unipma.ac.id Internet Source	<1%
	dspace.uii.ac.id	

Dipindai dengan CamScanner

17	Internet Source	<1%
18	repository.usu.ac.id Internet Source	<1%
19	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1%
20	repository.ub.ac.id Internet Source	<1%
21	text-id.123dok.com Internet Source	<1%
22	Submitted to University of Sunderland Student Paper	<1%
23	adoc.pub Internet Source	<1%
24	core.ac.uk Internet Source	<1%
25	ejournal.bsi.ac.id Internet Source	<1%
26	ppid.lan.go.id Internet Source	<1%
27	skripsistie.files.wordpress.com Internet Source	<1%
28	Wahyu Syintia Putri, Decky Hendarsyah. "Pengaruh Sistem Pengendalian Internal	<1%

Dipindai dengan CamScanner

Terhadap Penerapan Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT): Studi Pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Bengkalis", Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis, 2020
Publication

29	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1%
30	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1%
31	repozitorij.unios.hr Internet Source	<1%
32	www.baliutd.com Internet Source	<1%
33	ejournal.upbatam.ac.id Internet Source	<1%
34	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1%
35	ojs.unm.ac.id Internet Source	<1%

Exclude quotes	Off	Exclude matches	Off
Exclude bibliography	Off		

Dipindai dengan CamScanner

KREDIBILITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @SEMUATENTANGBATAM PADA PEMENUHAN INFORMASI FOLLOWERS

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

Dipindai dengan CamScanner