

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh intensitas mengakses akun Instagram @mamikosapp terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai rekomendasi kos. Setelah melalui serangkaian proses dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuisioner *online* maka didapatkan dengan total 400 responden. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah laki-laki, didominasi dengan umur 21-25 tahun dan tingkat pendidikan terakhir paling banyak adalah sarjana. Kemudian dari semua jawaban yang telah didapatkan tersebut dianalisis serta dilakukan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah intensitas mengakses akun Instagram @mamikosapp, sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai rekomendasi kos. Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah komunikasi massa, *new media*, stimulus – respon, intensitas mengakses, dan kebutuhan informasi. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana.

Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel intensitas mengakses akun Instagram @mamikosapp (X) berpengaruh 1,9% terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai rekomendasi kos (Y). Sisanya sebanyak 98,1% dipengaruhi oleh variabel lain

yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Maka dapat dipahami bahwa variabel intensitas mengakses akun Instagram @mamikosapp memiliki pengaruh yang positif bagi variabel pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai rekomendasi kos. Namun, pengaruh positif yang diberikan itu hanya berpengaruh sangat rendah yaitu 1,9%.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dijabarkan, dalam penelitian ini masih terdapat beberapa kekurangan yang ditemukan. Berikut saran akademis dan praktis yang diberikan oleh peneliti:

1. Saran Akademis

Bagi penelitian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa dengan penelitian ini, dapat mengembangkan penelitian serupa dengan menggunakan metode kualitatif untuk memahami lebih lanjut lagi pengaruh yang diberikan saat mengakses akun Instagram dan diharapkan bisa menghasilkan *insight* menarik dari penelitian yang dihasilkan. Selain itu, terdapat saran untuk teori komunikasi massa yang dijelaskan pada Hadi, dkk (2019) yang menjelaskan komunikasi massa cenderung menggunakan media seperti radio, televisi, surat kabar, dan film. Namun adanya perkembangan teknologi membuat semuanya menjadi lebih digitalisasi sehingga diharapkan teori komunikasi massa juga dapat lebih mengikuti perkembangan media massa seperti penggunaan media baru.

2. Saran Praktis

Bagi Mamikos, melihat hasil dari penelitian ini hanya berpengaruh sangat rendah yaitu 1,9% saja maka kedepannya Mamikos diharapkan lebih memperhatikan dalam menyusun konten khususnya konten rekomendasi kos yang disebarakan melalui akun Intagram @mamikosapp. Konten yang lebih menarik maka diharapkan khalayak bisa terpapar semakin lama dan intensitas mengaksesnya juga bisa semakin meningkat.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, Husnul. 2022. *Rekomendasi Adalah Saran Mengajukan, Ketahui Penggunaanya Sebagai Surat*. Diakses dari <https://hot.liputan6.com/read/4849386/rekomendasi-adalah-saran-yang-mengajukan-ketahui-penggunaannya-sebagai-surat> pada 18 Mei 2022 pukul 11.24 WIB
- Achlisia. 2021. *Apa itu Idekos?*. Diakses dari <https://www.pinhome.id/kamus-istilah-properti/indekos/> pada 30 April 2022 pukul 13.55 WIB
- Adani, M. R. 2020. *Pengertian Internet, Sejarah, Perkembangan, Manfaat dan Dampaknya*. Diakses dari <https://www.sekawanmedia.co.id/pengertian-internet/> pada 31 Oktober 2021 pukul 08.03 WIB
- Admin, 2022. *Apa yang Dimaksud dengan Account*. Diakses dari <https://pengertian.apa-itu.net/apa-yang-dimaksud-dengan-account.html> pada 23 Februari 2022 pukul 22.04 WIB
- Anindyaputri, Irene. 2021. *Batasan Wajar Menggunakan Media Sosial dalam Sehari Menurut Psikolog*. Diakses dari <https://hellosehat.com/mental/kecanduan/menggunakan-media-sosial-tiap-hari/> pada 24 Mei 2022 pukul 11.20 WIB
- Ardianto, Elvinaro & Erdinaya, Lukiati Komala. 2014. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Arviana, G, N. 2021. *Ini Dia Syarat dan Cara agar Akun Instagram Verified, Yuk Coba!*. Diakses dari <https://glints.com/id/lowongan/cara-membuat-akun-instagram-verified/#.Ys6CfLlByko> pada 13 Julis 2022 pukul 15.36
- Asih, R. W. 2021. *Mengenal Startup Mamikos, Didirikan oleh Maria Regina Anggit Tut Pinilih*. Diakses dari <https://teknologi.bisnis.com/read/20210924/266/1446362/mengenal-startup-mamikos-didirikan-oleh-maria-regina-anggit-tut-pinilih> pada 22 Mei 2022 pukul 12.22
- Astuti, N. F. 2021. *Mengenal Fungsi Media Sosial, Berikut Pengertian dan Jenisnya*. Diakses dari <https://www.merdeka.com/jabar/mengenal-fungsi->

media-sosial-berikut-pengertian-dan-jenisnya-kln.html pada 28 Desember 2021 pukul 14.04 WIB

Bungin, B. (2015). *METODOLOGI PENELITIAN SOSIAL & EKONOMI*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Chaplin, J. P. 2009. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta : Rajawali Pers

Dalimunthe, F. (2017). *Pemanfaatan Layanan Referensi Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pengguna Dinas Perpustakaan dan Arsip Provinsi Sumatera Utara*.

Damar, A.M. 2021. *Masuki Usia ke-6, Mamikos Hubungkan 6 Juta Penyewa Kos Tiap Bulan*. Diakses dari <https://www.liputan6.com/tekno/read/4712308/masuki-usia-ke-6-mamikos-hubungkan-6-juta-penyewa-kos-tiap-bulan> pada 22 Mei 2022 pukul 13.36

Datareportal, 2022. *Digital 2022 Indonesia*. Diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia> pada 20 Mei 2022 pukul 16.07 WIB

Effendy. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti

Fauzi. 2021. *Apik by Singgahsini, Solusi Mamikos Untuk Pengelolaan Properti dan Tingkatkan Okupansi*. Diakses dari <https://www.itworks.id/39396/apik-by-singgahsini-solusi-mamikos-untuk-pengelolaan-properti-dan-tingkatkan-okupansi.html> pada 2 Juni 2022 pukul 14.23

Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2019). *KOMUNIKASI MASSA*. Jawa Timur: Qiara Media

Hanaifah, Piti. 2022. *6 Tips Membangun Bisnis Kos-kosan Lengkap, Mudah untuk pemula*. Diakses dari <https://www.rumah.com/panduan-properti/bisnis-kos-kosan-60459> pada 30 April 2022 pukul 13.37 WIB

Herliani, L. (2015). Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook sebagai Media Promosi Anggota BUSAM (Bubuhan Samarinda). *eJournal Ilmu Komunikasi*, 3(4).

Hidayatullah, S. 2021. *Memahami Jenis-Jenis Media Sosial*. Diakses dari <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/memahami-jenis-jenis-media-sosial> pada 28 Desember 2021 pukul 15.37 WIB

Ikram, M. F. D. *Hubungan Intensitas Mengakses Instagram Akun@ Nkcthi Dengan Perilaku Gaya Hidup Mahasiswa* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

- Karim, R. 2021. *Definisi Operasional: Tujuan, Manfaat dan Cara Membuat*. Diakses dari https://penerbitbukudeepublish.com/definisi-operasional/#1_Sugiono pada 25 Februari 2022 pukul 13.51 WIB
- Kementrian Perdagangan RI. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementrian Perdagangan RI*. Jakarta
- Komarudin & Sarkadi. (2020). *Evaluasi Pembelajaran*. Jakarta: Laboratorium Sosial Politik Press
- Kominfo. 2018. *Laporan dan Evaluasi Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi tahun 2017*. Diakses dari https://eppid.kominfo.go.id/storage/uploads/1_5_laporan-dan-evaluasi-ppid-tahun-2017.pdf pada 29 April 2022 pukul 11.21 WIB
- Laily, R. N. 2020. *Medsos Punya Sejumlah Kelebihan Untuk Bertukar Informasi, Ini Kata Diskominfo Jatim*. Diakses dari <https://www.merdeka.com/jatim/medsos-punya-sejumlah-kelebihan-untuk-bertukar-informasi-ini-kata-diskominfo-jatim.html> pada 18 Mei 2022 pukul 13.08 WIB
- Lararenjana, E. 2021. *Berikut Fungsi Instagram Paling Utama, Bisa Untuk Kembangkan Bisnis*. Diakses dari <https://www.merdeka.com/jatim/berikut-fungsi-instagram-yang-paling-utama-bisa-untuk-kembangkan-bisnis-kln.html> pada 28 Desember 2021 pukul 15.45 WIB
- Lolang, E. (2014). Hipotesis Nol dan Hipotesis Alternatif. *Jurnal Keguruan dan Ilmu Pendidikan*, 3(3), 685-695.
- Ma'aruf, M. A. (2017). *Analisa penggunaan Instagram sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk (Studi Deskriptif Kualitatif pada Founder dan Followers@ nganjukkotabayu)*. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Millenia, Defara. 2022. *10 Dampak Media Sosial dari Sisi Positif dan Negatif yang Harus Diketahui*. Diakses dari <https://www.orami.co.id/magazine/dampak-media-sosial> pada 22 Mei 2022 pukul 15.27
- Mulyana, Deddy. 2016. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. h.162-163
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mutriastuti & Maharadi, D. (2020). *Pengaruh Terpaan Video Beauty Vlogger Rachel Goddard terhadap Perilaku Imitasi Mempercantik Diri*. Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Kristen Satya Wacana. Salatiga.

- Novelin, C. (2020). *PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES INSTAGRAM@BEAUTYJOURNAL TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS MENGENAI KECANTIKAN* (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta).
- Nugraha, Jevi. 2021. *Pengertian Informasi Beserta Jenis dan Fungsinya, Perlu Diketahui*. Diakses dari <https://www.merdeka.com/jateng/pengertian-informasi-beserta-jenis-dan-fungsinya-perlu-diketahui-klm.html> pada 29 April 2022 pukul 12.45
- Nugroho, A. 2020. *Teori New Media: Pengertian, Konsep dan Karakteristiknya*. Diakses dari <https://qwords.com/blog/teori-new-media/> pada 24 Desember 2021 pukul 10.57 WIB
- Oktriwina, A. S. 2020. *Kenalan dengan New Media: Inovasi yang Hadirkan Peluang Kerja Baru*. Diakses dari <https://glints.com/id/lowongan/new-media-adalah/#.YhXGK31Byko> pada 23 Februari 2022 pukul 12.36 WIB
- Panca, Anang. 2016. *Pengertian dan Fungsi Rekomendasi*. Diakses dari <https://any.web.id/pengertian-dan-fungsi-rekomendasi.info> pada 11 Mei 2022 pukul 12.04 WIB
- Pancasakti, F.M. 2022. *Rekomendasi Adalah? Berikut Pengertian Lengkapnya*. Diakses dari <https://www.posbaru.com/rekomendasi-adalah-berikut-pengertian-lengkapnya/> pada 30 April 2022 pukul 14.41 WIB
- Permana, L., dkk. (2021). Pola Pencarian Informasi Kesehatan Anak dan Komunikasi Ibu Balita di Kalimantan Timur. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1).
- Populix, 2021. *Media Sosial Adalah: Contoh hingga Manfaatnya bagi Pebisnis*. Diakses dari <https://www.info.populix.co/post/media-sosial-adalah> pada 31 Oktober 2021 pukul 10.11 WIB
- Pusparisa, Yosepha., 2020. *Masyarakat Paling Banyak Mengakses Informasi dari Media Sosial*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/masyarakat-paling-banyak-mengakses-informasi-dari-media-sosial> pada 20 Mei 2022 pukul 13.56
- Puspita, M. 2020. *Apa itu Instagram: Sejarah, Fitur, Fungsi, dan Dampak Positif*. Diakses dari <https://pojoksosmed.com/tips-instagram/apa-itu-instagram/> pada 28 Desember 2021 pukul 16.03 WIB
- Putri, V. K. M. 2021. *Pengertian New Media dan Manfaatnya*. Diakses dari <https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/07/093000269/pengertian-new-media-dan-manfaatnya> pada 11 Mei 2022 pukul 12.37 WIB

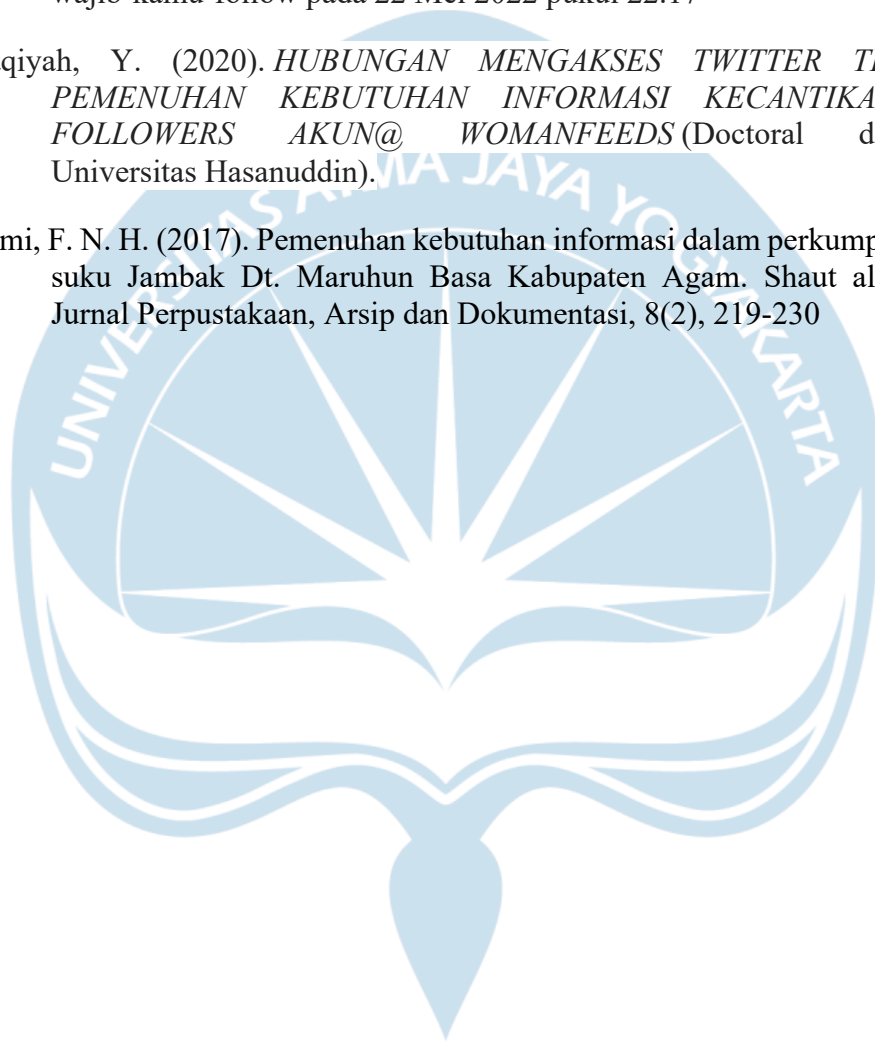
- Rahman, A. A. (2019). *Pengaruh Intensitas Mengakses Media Sosial Terhadap Sikap Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Hukum Melalui Akun Instagram Millencyrus* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Reber, Artur S dan Reber, Emily S. 2010. *Kamus Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Romaltea, 2019. *Media Baru: Pengertian dan Jenis-Jenisnya*. Diakses dari <https://romaltea.com/media-baru-pengertian-dan-jenis-jenisnya/> pada 28 Desember 2021 pukul 13.33 WIB
- RumahCom. 2021. *Bisnis Kos Masih Akan Terus Meningkat Hingga Lima Tahun Kedepan*. Diakses dari <https://www.rumah.com/berita-properti/2021/9/201337/bisnis-kos-masih-akan-terus-meningkat-hingga-lima-tahun-ke-depan> pada 30 April 2022 pukul 13.54 WIB
- Sinulingga, Mahansa. 2022. *Internet Menjadi Sarana Mencari Informasi*. Diakses dari <https://adv.kompas.id/baca/internet-menjadi-sarana-mencari-informasi/> pada 18 Mei 2022 pukul 11.23 WIB
- Singarimbun, M dan Efendi. 1995. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.
- Sitoresmi, A.R. 2022. *Pengertian Informasi, Ciri-ciri, Fungsi, dan Jenis-jenisnya yang Perlu Diketahui*. Diakses dari <https://hot.liputan6.com/read/4859329/pengertian-informasi-ciri-ciri-fungsi-dan-jenis-jenisnya-yang-perlu-diketahui> pada 29 April 2022 pukul 18.55 WIB
- Suara, A. A. (2011). *Virtual Audience Community Radio dalam Online Social Media* (Doctoral dissertation, UAJY).
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *STATISTIKA UNTUK PENELITIAN*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV Alfabeta
- Tawaf, T., & Alimin, K. (2012). *Kebutuhan Informasi Manusia: Sebuah Pendekatan Kepustakaan*. *Kutubkhanah*, 15(1), 50-59.
- Threestayanti, Liana. 2021. *Singgahsini Tawarkan Pengelolaan Kos-kosan yang Praktis Lebih Efektif*. Diakses dari

<https://infokomputer.grid.id/read/123046562/singgahsini-tawarkan-pengelolaan-kos-kosan-yang-praktis-lebih-efektif> pada 2 Juni pukul 14.12

Vidi, Adyaksa. 2021. *Mau Edukasi Soal Covid-19 di Instagram, 6 Akun ini Wajib Kamu Follow*. Diakses dari <https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/4476165/mau-edukasi-soal-covid-19-di-instagram-6-akun-ini-wajib-kamu-follow> pada 22 Mei 2022 pukul 22.17

Waqiyah, Y. (2020). *HUBUNGAN MENGAKSES TWITTER TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI KECANTIKAN PADA FOLLOWERS AKUN@ WOMANFEEDS* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).

Zalmi, F. N. H. (2017). Pemenuhan kebutuhan informasi dalam perkumpulan kaum suku Jambak Dt. Maruhun Basa Kabupaten Agam. *Shaut al-Maktabah Jurnal Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi*, 8(2), 219-230





LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

Perkenalkan saya Elisabeth Belinda Edityorini mahasiswi dari Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang saat ini sedang melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @mamikosapp terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers Mengenai Rekomendasi Kos”**. Penelitian ini dilakukan sebagai syarat untuk menyelesaikan mata kuliah skripsi. Saya memahami bahwa waktu saudara/I sangat terbatas, namun saya mengharapkan kesediaan saudara/I untuk meluangkan waktu untuk dapat berpartisipasi dalam penelitian ini.

Semua informasi yang terkandung di dalam angket ini dijamin kerahasiannya dan hanya akan digunakan untuk tujuan penelitian. Saya akan menghargai kesediaan waktu serta informasi yang saudara/I berikan kepada saya. Terimakasih atas partisipasi dari saudara/I semuanya.

Hormat saya,

Elisabeth Belinda Edityorini.

Data Responden

Umur:

Jenis Kelamin:

Pendidikan Terakhir:

Intensitas Mengakses Instagram

Jawablah pertanyaan ini yang menurut Anda paling tepat menggambarkan diri anda dengan menulis angka saja.

1. Berapa kali anda mengakses akun Instagram @mamikosapp dalam 1 hari?

Jawaban: ... (dalam angka)

2. Berapa kali anda membaca konten *feeds* akun Instagram @mamikosapp dalam 1 hari?

Jawaban: ... (dalam angka)

3. Berapa kali anda membaca konten *feeds* rekomendasi kos di akun Instagram @mamikosapp dalam 1 hari?

Jawaban: ... (dalam angka)

4. Dalam 1 hari, berapa menit waktu yang anda habiskan setiap kali mengakses akun Instagram @mamikosapp?

Jawaban: ... (dalam angka)

5. Berapa menit waktu yang anda habiskan saat membaca konten *feeds* rekomendasi kos di akun Instagram @mamikosapp dalam 1 hari?

Jawaban: ... (dalam angka)

Kebutuhan Informasi

Pilihlah satu jawaban yang menurut Anda paling tepat menggambarkan diri anda dengan memberikan tanda (√) pada salah satu kolom.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju (Skor 4)

S = Setuju (Skor 3)

TS = Tidak Setuju (Skor 2)

STS = Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

Pernyataan	SS	S	TS	STS
1. Saya mendapatkan informasi rekomendasi kos terbaru dari akun Instagram @mamikosapp				
2. Saya mendapatkan informasi rekomendasi kos dengan mudah dari akun Instagram @mamikosapp				
3. Saya mendapatkan informasi rekomendasi kos sesuai dengan yang saya inginkan di akun Instagram @mamikosap				
4. Saya mendapatkan informasi rekomendasi kos yang spesifik di akun Instagram @mamikosapp				
5. Saya mendapatkan informasi rekomendasi kos secara cepat di akun Instagram @mamikosapp				

6. Saya mendapatkan informasi rekomendasi kos yang lengkap di akun Instagram @mamikosapp				
7. Menurut saya isi dari informasi rekomendasi kos di akun Instagram @mamikosapp relevan dengan judul konten				
8. Saya mendapatkan informasi rekomendasi kos yang akurat di akun Instagram @mamikosapp				
9. Saya percaya dengan informasi rekomendasi kos yang diberikan oleh akun Instagram @mamikosapp				
10. Saya mendapatkan informasi rekomendasi kos yang ringkas di akun Instagram @mamikosapp				
11. Saya mendapatkan informasi rekomendasi kos yang jelas di akun Instagram @mamikosapp				
12. Informasi rekomendasi kos yang diberikan oleh akun Instagram @mamikosapp dapat menambah wawasan saya				

Lampiran 2 Perhitungan SPSS Uji Validitas

Perhitungan SPSS Uji Validitas

i. Intensitas Mengakses Akun Instagram

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	Total_X
X1.1	Pearson Correlation	1	.953**	.236	.176	.549**	.785**
	Sig. (2-tailed)		.000	.208	.352	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.953**	1	.273	.215	.626**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000		.145	.255	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.236	.273	1	.829**	.711**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.208	.145		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.1	Pearson Correlation	.176	.215	.829**	1	.562**	.671**
	Sig. (2-tailed)	.352	.255	.000		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.549**	.626**	.711**	.562**	1	.879**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total_X	Pearson Correlation	.785**	.820**	.743**	.671**	.879**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ii. Pemenuhan Kebutuhan Informasi

		Correlations												Total_Y
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4	Y4.1	Y4.2	Y4.3	
Y1.1	Pearson Correlation	1	.515**	.674**	.868**	.610**	.462*	.687**	.571**	.555**	.279	.272	.304	.824**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.000	.000	.010	.000	.001	.001	.135	.146	.103	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.2	Pearson Correlation	.515**	1	.254	.299	.196	.268	.110	.249	.171	.033	.068	.042	.382*
	Sig. (2-tailed)	.004		.176	.109	.299	.153	.561	.184	.365	.861	.722	.825	.037
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.3	Pearson Correlation	.674**	.254	1	.619**	.421*	.150	.639**	.497**	.463*	.066	.054	.318	.641**
	Sig. (2-tailed)	.000	.176		.000	.021	.428	.000	.005	.010	.728	.778	.087	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2.1	Pearson Correlation	.868**	.299	.619**	1	.731**	.347	.882**	.759**	.750**	.369*	.388*	.333	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000	.109	.000		.000	.060	.000	.000	.000	.034	.034	.072	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2.2	Pearson Correlation	.610**	.196	.421*	.731**	1	.315	.627**	.525**	.524**	.369*	.552**	.545**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.299	.021	.000		.090	.000	.003	.003	.045	.002	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3.1	Pearson Correlation	.462*	.268	.150	.347	.315	1	.334	.288	.315	.871**	.477**	.374*	.572**
	Sig. (2-tailed)	.010	.153	.428	.060	.090		.071	.123	.090	.000	.008	.042	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3.2	Pearson Correlation	.687**	.110	.639**	.882**	.627**	.334	1	.886**	.890**	.431*	.431*	.465**	.896**
	Sig. (2-tailed)	.000	.561	.000	.000	.000	.071		.000	.000	.017	.017	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3.3	Pearson Correlation	.571**	.249	.497**	.759**	.525**	.288	.886**	1	.963**	.384*	.395*	.380*	.835**
	Sig. (2-tailed)	.001	.184	.005	.000	.003	.123	.000		.000	.036	.031	.038	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3.4	Pearson Correlation	.555**	.171	.463*	.750**	.524**	.315	.890**	.963**	1	.415*	.375*	.387*	.823**
	Sig. (2-tailed)	.001	.365	.010	.000	.003	.090	.000	.000		.023	.041	.035	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4.1	Pearson Correlation	.279	.033	.066	.389*	.369*	.871**	.431*	.384*	.415*	1	.529**	.385*	.566**
	Sig. (2-tailed)	.135	.861	.728	.034	.045	.000	.017	.036	.023		.003	.036	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4.2	Pearson Correlation	.272	.068	.054	.388*	.552**	.477**	.431*	.395*	.375*	.529**	1	.412*	.557**
	Sig. (2-tailed)	.146	.722	.778	.034	.002	.008	.017	.031	.041	.003		.024	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4.3	Pearson Correlation	.304	.042	.318	.333	.545**	.374*	.465**	.380*	.387*	.385*	.412*	1	.594**
	Sig. (2-tailed)	.103	.825	.087	.072	.002	.042	.010	.038	.035	.036	.024		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	.824**	.382*	.641**	.895**	.776**	.572**	.896**	.835**	.823**	.566**	.557**	.594**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.037	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.001	.001	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Lampiran 3 Perhitungan SPSS Uji Reliabilitas

Perhitungan SPSS Uji Reliabilitas

1. Intensitas Mengakses Akun Instagram

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.839	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	14.07	4.754	.619	.818
X1.2	14.13	4.878	.699	.790
X1.3	14.00	5.448	.611	.816
X2.1	13.93	5.720	.515	.838
X2.2	14.00	4.621	.791	.763

2. Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.907	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	32.63	41.275	.772	.892
Y1.2	32.87	48.120	.279	.915
Y1.3	32.63	44.999	.566	.903
Y2.1	32.67	40.989	.865	.887
Y2.2	32.40	42.110	.713	.895
Y3.1	31.83	47.178	.508	.905
Y3.2	32.67	40.575	.864	.887
Y3.3	32.73	41.651	.789	.891
Y3.4	32.80	42.510	.779	.892
Y4.1	31.87	47.223	.502	.905
Y4.2	31.77	47.357	.493	.905
Y4.3	32.17	44.420	.493	.908

Lampiran 4 Distribusi Jenis Kelamin, Umur, Pendidikan

Distribusi Jenis Kelamin

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	256	64.0	64.0	64.0
	Perempuan	144	36.0	36.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Distribusi Umur

		Umur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	>30 tahun	41	10.3	10.3	10.3
	15-20 tahun	12	3.0	3.0	13.3
	21-25 tahun	201	50.2	50.2	63.5
	26-30 tahun	146	36.5	36.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Distribusi Pendidikan Terakhir

Pendidikan_Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	DIPLOMA	67	16.8	16.8	16.8
	SARJANA	192	48.0	48.0	64.8
	SMA	132	33.0	33.0	97.8
	SMP	9	2.3	2.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Lampiran 5 Deskripsi Data Variabel X

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	45	11.3	11.3	11.3
	SEDANG	330	82.5	82.5	93.8
	TINGGI	25	6.3	6.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	49	12.3	12.3	12.3
	SEDANG	82	20.5	20.5	32.8
	TINGGI	269	67.3	67.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	42	10.5	10.5	10.5
	SEDANG	315	78.8	78.8	89.3
	TINGGI	43	10.8	10.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	42	10.5	10.5	10.5
	SEDANG	356	89.0	89.0	99.5
	TINGGI	2	.5	.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	65	16.3	16.3	16.3
	SEDANG	332	83.0	83.0	99.3
	TINGGI	3	.8	.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	



Lampiran 6 Deskripsi Data Variabel Y

Y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	22	5.5	5.5	5.5
	2	28	7.0	7.0	12.5
	3	153	38.3	38.3	50.7
	4	197	49.3	49.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	23	5.8	5.8	5.8
	2	48	12.0	12.0	17.8
	3	147	36.8	36.8	54.5
	4	182	45.5	45.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	13	3.3	3.3	3.3
	2	34	8.5	8.5	11.8
	3	150	37.5	37.5	49.3
	4	203	50.7	50.7	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Y2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	24	6.0	6.0	6.0
	2	131	32.8	32.8	38.8
	3	139	34.8	34.8	73.5
	4	106	26.5	26.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Y2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	20	5.0	5.0	5.0
	2	84	21.0	21.0	26.0
	3	160	40.0	40.0	66.0
	4	136	34.0	34.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Y3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	17	4.3	4.3	4.3
	2	65	16.3	16.3	20.5
	3	167	41.8	41.8	62.3
	4	151	37.8	37.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Y3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	27	6.8	6.8	6.8
	2	92	23.0	23.0	29.8
	3	159	39.8	39.8	69.5
	4	122	30.5	30.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Y3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	30	7.5	7.5	7.5
	2	92	23.0	23.0	30.5
	3	174	43.5	43.5	74.0
	4	104	26.0	26.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Y3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	21	5.3	5.3	5.3
	2	77	19.3	19.3	24.5
	3	205	51.2	51.2	75.8
	4	97	24.3	24.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Y4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	15	3.8	3.8	3.8
	2	61	15.3	15.3	19.0
	3	185	46.3	46.3	65.3
	4	139	34.8	34.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Y4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	30	7.5	7.5	7.5
	2	14	3.5	3.5	11.0
	3	120	30.0	30.0	41.0
	4	236	59.0	59.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Y4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	26	6.5	6.5	6.5
	2	36	9.0	9.0	15.5
	3	193	48.3	48.3	63.7
	4	145	36.3	36.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Lampiran 7 Perhitungan SPSS Uji Regresi Linear Sederhana**Perhitungan SPSS Uji Regresi Linear Sederhana****Variables Entered/Removed^a**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total_X ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Total_Y

b. All requested variables entered.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	263.649	1	263.649	7.519	.006 ^b
	Residual	13956.351	398	35.066		
	Total	14220.000	399			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	32.604	1.738		18.761	.000
	Total_X	.246	.090	.136	2.742	.006

a. Dependent Variable: Total_Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.136 ^a	.019	.016	5.922

a. Predictors: (Constant), Total_X