

Membongkar Hoaks : Peran Instagram @jabarsaberhoaks dalam Klarifikasi Hoaks terhadap Kebutuhan Informasi *Followers*

Clara Cantika Subarja*, Indri Rachmawati

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

claracantikasubarja3@gmail.com, indri.rachmawati@unisba.ac.id

Abstract. This study is entitled The Influence of Instagram Social Media Account @jabarsaberhoaks on Fulfilling Followers' Information Needs (simple linear regression analysis on fulfilling the information needs of followers who like or like posts on the Instagram account @jabarsaberhoaks). (1) The theory used in this study is the theory of uses and gratifications and information needs. The method used in this study is simple linear regression which aims to find the influence between one variable and another. (2) The data analysis technique used is a descriptive analysis test. Classical assumption test. Simple linear regression test. t-test. and coefficient of determination test through SPSS Version 25 (3) Sampling in this study used probability sampling with simple random sampling. (4) The population in this study was 934 likes followers in the Instagram account @jabarsaberhoaks post account for the period of October 2024 which had been selected randomly. (5) Then the research sample was taken as many as 90 respondents using a simple size table in simple linear regression using data analysis distributed in the form of a questionnaire filled out via google form to followers who actively like or like posts on the Instagram account @jabarsaberhoaks. Researchers focus on social media accounts in terms of context, communication, collaboration, connection. This is proven by the results of the T-test calculation, it was found that *Thitung* of 10,840 is greater than *Ttabel* of 1,662. The conclusion of the study based on the results of these calculations, it can be interpreted that there is an influence on the use of Instagram social media @jabarsaberhoaks.

Keywords: *Social Media Accounts, Information needs, Internet*

Abstrak Penelitian ini berjudul Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @jabarsaberhoaks Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers (analisis regresi linear sederhana pada pemenuhan kebutuhan informasi followers yang menyukai atau likes postingan akun Instagram @jabarsaberhoaks). (1) Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori uses and gratifications dan kebutuhan informasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana yang bertujuan mencari pengaruh antara variabel satu dengan yang lainnya. (2) Teknik analisis data yang digunakan adalah uji analisis deskriptif. Uji asumsi klasik. Uji regresi linear sederhana. Uji t. dan uji koefisien determinasi melalui SPSS Versi 25. (3) penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan probability Sampling dengan simple random sampling. (4) Populasi dalam penelitian ini sebanyak 934 likes followers dalam akun postingan akun Instagram @jabarsaberhoaks periode bulan oktober 2024 yang telah terpilih secara acak. (5) Kemudian sampel penelitian diambil sebanyak 90 responden dengan menggunakan tabel simple size in simple linear regression menggunakan analisis data yang disebarakan berupa kuesioner yang diisi melalui google form kepada followers yang aktif menyukai atau me likes pada postingan pada akun Instagram @jabarsaberhoaks. Peneliti fokus pada akun media sosial dalam hal context, communication, collaboration, connection. Hal ini dibuktikan pada hasil perhitungan uji T, didapat bahwa *Thitung* sebesar 10.840 lebih besar dari pada *Ttabel* sebesar 1.662. Simpulan penelitian berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dapat diartikan bahwa adanya pengaruh pada penggunaan media sosial Instagram @jabarsaberhoak terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers.

Kata Kunci: *Akun Media Sosial, Kebutuhan Informasi, Internet*

A. Pendahuluan

Media sosial kini menjadi salah satu munculnya informasi yang paling akrab dengan masyarakat. Masyarakat kini menggunakan media sosial untuk mendapatkan sumber informasi atau sebagai alat untuk menyebarkan sebuah informasi. data (We Are Social,2024) [1] tentang penggunaan internet dan sosial media di Indonesia pada tahun 2024 yaitu total populasi (jumlah penduduk) sebanyak 276,4 juta, perangkat mobile yang terhubung 353,8 juta (128% dari total populasi), pengguna internet sebanyak 222,9 juta (77% dari total populasi). Pengguna sosial media sosial aktif Sebanyak 167 juta (60,45 dari total populasi).

Menurut (Indri Rachmawati, et al, 2023) [2], menemukan bahwa durasi penggunaan media internet/online paling tinggi adalah 1-3 jam per hari dengan persentase total sebesar 56,6%. Peringkat kedua dengan total sebesar 26,4% adalah penggunaan internet/media online selama 4-6 jam per hari. Untuk mengetahui apakah informasi yang diterima adalah hoaks atau bukan, orang tua memiliki cara untuk memvalidasinya, yaitu 50,9% memeriksa dengan melihat "isi pesan yang tidak rasional", dan peringkat kedua sebesar 35,8% memeriksa "kredibilitas sumber yang tidak terpercaya". Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa 88,7% orang tua mampu membedakan informasi hoaks. Sebaliknya, 11,3% orang tua tidak mengetahui bahwa informasi yang diterima adalah hoaks. Mendapatkan berbagai informasi perlu menjadi perhatian khusus bagi penerima informasi maka dari itu komunikasi digital akan menjadi sebuah media yang penting bagi penerima informasi sebuah berita (Muhamad Fauzi Rohimat Desfiana & Karsa, 2021).

Pada hal ini, Pemerintah daerah khususnya diskominfo Jabar membuat sebuah unit kerja yang bisa menjadi cara untuk menanggulangi informasi hoaks yaitu Jabar Saber Hoaks. Jabar Saber Hoaks adalah satuan unit kerja dibawah Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat yang dibentuk pada tanggal 7 Desember 2018 melalui Surat Keputusan Gubernur Jawa Barat Nomor 700.05/Kep.1261-Diskominfo/2018 tentang Tim Jabar Saber Hoaks Provinsi Jawa Barat.

Sebuah akun instagram yang terlembaga dan mempunyai data akurat tentang penyebaran berita hoaks dan cara menanggulangi berita hoaks yaitu akun instagram @jabarsaberhoaks. Memiliki 70.000 rb followers terutama di Jawa Barat. membuat pesan berupa konten klarifikasi hoaks yang menarik dan informasi yang disampaikan mudah dipahami dan bersifat real time. Akun instagram @jabarsaberhoaks membagikan informasi kepada followers-nya dengan bahasa yang baik dan benar mencantumkan 7 jenis mis dan disinformasi yang membuat para followers-nya memahami isi pesan dan konten klarifikasi hoaks yang disebarluaskan melalui akun instagram @jabarsaberhoaks (Fauzan Haris Anavidi & Wiki Angga Wiksana, 2024).

Akun Instagram @jabarsaberhoaks juga memberikan penyampaian informasi yang mudah di terima dan aktif dalam merespon followers-nya dalam bentuk memberikan informasi yang bermanfaat berupa klarifikasi berita hoaks dan dalam membalas direct message dari followers-nya. @jabarsaberhoaks sudah melakukan berbagai kolaborasi dengan pihak untuk menyebarkan klarifikasi berita hoaks secara meluas kepada followers-nya dan mempunyai hubungan yang kuat terhadap followersnya dilihat dari jumlah pengikut yang membutuhkan sebuah informasi terkait klarifikasi hoaks (Ahmadi et al., 2023).

Menurut (Asari et, al, 2023) [3] Komunikasi digital adalah cara paling umum untuk mentransfer pesan atau data dari satu komunikator ke komunikator lainnya melalui media yang kompleks. Singkatnya, komunikasi digital terjadi karena adanya peran teknologi komputer dan akses jaringan internet yang mampu mentransmisikan pesan berupa kata-kata, gambar maupun video yang kemudian bisa diterima oleh komunikan. Dalam istilah lain, media komunikasi digital disebut sebagai media baru. Menurut (Dedi Kusuma Habibie, 2018) [4] Media massa merupakan sarana menyebarkan informasi kepada masyarakat.

Menurut (Rulli Nasrullah, 2016) [5] Media sosial adalah media yang memfasilitasi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten. media sosial merupakan sebuah alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi, bekerja sama di antara penggunanya. Intensitas komunitas untuk menjelajah fasilitas berbasis jaringan ini sangat beragam dengan tujuan masing-masing. Menurut (Chris Heuer,2010) [6], penggunaan media sosial terdiri dari empat dimensi yaitu Context bagaimana membuat atau membungkus pesan atau cerita. Communication merupakan kegiatan membagikan suatu cerita dan kegiatan interaktif termasuk mendengarkan, menanggapi, serta berkembang. Collaboration artinya fasilitasi serta agregasi atau pengumpulan tindakan hasil kolektif melalui interaksi atau percakapan (conversation), kreasi kerjasama (co-creation) serta aksi kolektif

(collective). Connection adalah menjaga hubungan yg kita bina dan jaga secara berkelanjutan untuk menghasilkan pengguna media merasa lebih dekat dengan sebuah media.

Penggunaan media sosial seperti Instagram dapat mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi yang akurat dan cepat (Nelam Sari, 2021). Setiap individu memerlukan informasi untuk memenuhi kebutuhan mereka, terutama dalam menjawab situasi yang tidak pasti serta membedakan antara informasi yang benar dan palsu dengan begitu peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh akun media sosial Instagram @jabarsaberhoaks terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers.

1. Seberapa besar pengaruh *context* penggunaan media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers ?
2. Seberapa besar pengaruh *communication* penggunaan media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers ?
3. Seberapa besar pengaruh *collaboration* penggunaan media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers ?
4. Seberapa besar pengaruh *connection* pengguna media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers ?

B. Metode

Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis regresi linear sederhana. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini adalah followers aktif media sosial Instagram @jabarsaberhoaks yang menyukai postingan klarifikasi hoaks periode postingan bulan oktober 2024 sebanyak 934 orang.

Dalam penelitian ini, Probability Sampling akan digunakan dengan teknik pengambilan sampel Simple Random Sampling yang akan didasarkan pada tabel angka random. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, observasi, dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis deskriptif dan teknik analisis inferensial.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengaruh Penggunaan Media Sosial (X) Akun Instagram @jabarsaberhoaks Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Berikut adalah penelitian mengenai pengaruh penggunaan media sosial akun Instagram @jabarsaberhoaks terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers yang diuji menggunakan teknik analisis regresi linear Hipotesis utama.

Tabel 1. Hasil Pengaruh Penggunaan Media Sosial (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	692.955	1	692.955	117.495	.000 ^b
	Residual	519.000	88	5.898		
	Total	1211.959	89			

a. Dependent Variable: KEBUTUHAN INFORMASI

b. Predictors : (Constan), MEDIA SOSIAL

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2025.

Menjelaskan hasil pengujian regresi linear untuk hipotesis utama (Uij F), bahwa nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai cut off value sebesar 0,05 dan F hitung 117.495 lebih besar dari F Tabel 2,76. Oleh karena itu, maka terdapat pengaruh variabel penggunaan media sosial dengan variabel pemenuhan kebutuhan informasi, dimana H0 ditolak dan H1 diterima. H1 = Terdapat pengaruh penggunaan media sosial (X) Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y)

Penggunaan media sosial dalam penelitian ini meliputi context, communication, collaboration dan connection. Sedangkan kebutuhan informasi meliputi current need approach, everyday need approach, exhaust need approach dan catching up need approach. Hasil dari penelitian terlihat bahwa

pengguna media sosial yang mencari informasi melalui media sosial Instagram, dimana salah satu akun yang berkategori news and media website adalah akun akun Instagram @jabarsaberhoaks, yang sudah memiliki pengikut lebih dari satu juta followers, memiliki tujuan untuk menyebarkan informasi terkait klarifikasi hoaks yang sudah cukup efektif dan efisien dalam menyebarkan informasi kepada followersnya, dan berita yang disajikannya pun sudah memenuhi aspek dimensi dari penggunaan media sosial dimana semua variabel tersebut dikatakan berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

Pengaruh Context (X1) Akun Instagram @jabarsaberhoaks Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Tabel 2. Hasil Pengaruh Context (X1) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	19.233	2.520		7.633	.000 ^b
	Context	.810	.087	.705	9.321	.000 ^b

a. Dependent Variable: KEBUTUHAN INFORMASI

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2025.

Menjelaskan hasil pengujian untuk SubHipotesis context (Uji T), bahwa nilai signifikansi pengaruh context (X1) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 0,000 yang dimana angka tersebut lebih kecil dari nilai cut off value sebesar 0,05 dan T hitung sebesar 9,321 dimana angka tersebut lebih besar dari nilai Ttabel sebesar 1,662. Oleh karena itu , dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh context terhadap pemenuhan kebutuhan informasi, dimana H0 ditolak H1 diterima. H1= Terdapat pengaruh penggunaan context (X1) Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y).

Pengaruh Communication (X2) Akun Instagram @jabarsaberhoaks Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Tabel 3. Hasil Pengaruh Communication (X2) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	22.226	1.976		11.246	.000 ^b
	Communication	1.175	.113	.742	10.389	.000 ^b

a. Dependent Variable: KEBUTUHAN INFORMASI

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2025.

Menjelaskan hasil pengujian untuk SubHipotesis communication (Uji T), bahwa nilai signifikansi pengaruh communication (X2) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 0,000 yang dimana angka tersebut lebih kecil dari nilai cut off value sebesar 0,05 dan T hitung sebesar 10,389 dimana angka tersebut lebih besar dari nilai Ttabel sebesar 1,662. Oleh karena itu , dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh communication terhadap pemenuhan kebutuhan informasi, dimana H0 ditolak H1 diterima. H1= Terdapat pengaruh penggunaan communication (X1) Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y).

Pengaruh Collaboration (X3) Akun Instagram @jabarsaberhoaks Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Tabel 4. Hasil Pengaruh collaboration (X3) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	25.696	2.773		9.268	.000 ^b
	Collaboration	1.498	.244	.547	6.132	.000 ^b

a. Dependent Variable: KEBUTUHAN INFORMASI

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2025.

Menjelaskan hasil pengujian untuk SubHipotesis collaboration (Uji T), bahwa nilai signifikansi pengaruh collaboration (X3) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 0,000 yang dimana angka tersebut lebih kecil dari nilai cut off value sebesar 0,05 dan T hitung sebesar 6,132 dimana angka tersebut lebih besar dari nilai Ttabel sebesar 1,662. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh collaboration terhadap pemenuhan kebutuhan informasi, dimana H0 ditolak H1 diterima. H1= Terdapat pengaruh penggunaan collaboration (X3) Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y).

Pengaruh Conection (X4) Akun Instagram @jabarsaberhoaks Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Tabel 5. Hasil Pengaruh conection (X4) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	28.997	1.662		17.443	.000 ^b
	Connection	2.007	.242	.663	8.300	.000 ^b

a. Dependent Variable: KEBUTUHAN INFORMASI

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2025.

Menjelaskan hasil pengujian untuk SubHipotesis conection (Uji T), bahwa nilai signifikansi pengaruh conection (X4) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 0,000 yang dimana angka tersebut lebih kecil dari nilai cut off value sebesar 0,05 dan T hitung sebesar 8,300 dimana angka tersebut lebih besar dari nilai Ttabel sebesar 1,662. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh conection terhadap pemenuhan kebutuhan informasi, dimana H0 ditolak H1 diterima. H1= Terdapat pengaruh penggunaan conection (X4) Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y).

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @jabarsaberhoaks memiliki pengaruh yang signifikan dalam memenuhi kebutuhan informasi para followers-nya. Akun ini mampu menyediakan informasi yang relevan, akurat, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sehingga followers merasa tertarik untuk mencari informasi melalui akun tersebut. Penggunaan bahasa yang baik dan penyusunan isi pesan yang menarik menjadi salah satu faktor yang membuat informasi yang disampaikan oleh @jabarsaberhoaks mudah dipahami dan diminati oleh para pengikutnya. Akun ini juga berhasil menciptakan kenyamanan dalam menyampaikan pesan, sehingga followers merasa mendapatkan informasi yang bermanfaat dan dapat diterima dengan baik.

Selain itu, @jabarsaberhoaks aktif menjalin kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti

lembaga pemerintah, komunitas, dan organisasi. Kolaborasi ini diwujudkan dalam bentuk konten klarifikasi berita yang menarik perhatian publik serta memanfaatkan laporan dari followers melalui direct message. Hal ini menunjukkan kontribusi akun tersebut dalam menangani isu hoaks secara efektif. Interaksi yang dijalin oleh @jabarsaberhoaks dengan para followers-nya melalui komentar dan pesan langsung juga menunjukkan hubungan yang erat dan saling mendukung. Akun ini berhasil menciptakan koneksi yang baik di antara pengikutnya, sehingga meningkatkan keterlibatan dan interaksi yang tidak terbatas oleh waktu. Hal ini membuat akun @jabarsaberhoaks menjadi platform yang efektif dalam menyampaikan informasi dan menjawab kebutuhan masyarakat di era digital.

Ucapan Terimakasih

1. Yth. Prof. Dr. Atie Rachmatie, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Yth. Dr. Ani Yuningsih, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan penelitian ini.
3. Yth. Indri Rachmawati, S.Sos., M.Ikom. Selaku dosen pembimbing Usulan Penelitian yang telah memberikan arahan, bimbingan dan nasihat, serta kesabaran dalam mendidik penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Usulan Penelitian ini.
4. Yth. Tri Nur Aini Noviar, S.Sos., M.Si. Selaku dosen wali, yang telah memberikan arahan, bimbingan dan nasihat, serta kesabaran dalam mendidik selama masa perkuliahan.
5. Para Dosen Program serta seluruh staff akademik dan administrasi Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung, Terima kasih atas bimbingan, didikan, arahan, dan motivasi yang diberikan selama perkuliahan.
6. Terima kasih kepada Orang tua saya tersayang, Dewi Wuryaningsih dan Herdis Subarja, S.T, dan juga kepada kedua adik saya Felisa Laudia Subarja, Kenzo Raja Subarja yang telah banyak memberikan dukungan dan doa agar selalu dimudahkan dan dilancarkan setiap langkah dan kegiatan saya untuk menempuh kuliah di Universitas Islam Bandung.
7. Terima kasih kepada pasangan saya, Daris Sammuzaki, S.E yang telah menemani, membantu dan mendukung saya selama masa perkuliahan di Universitas Islam Bandung.
8. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan selama masa kuliah Lulu, Irbah, Priscilla, atas segala kebaikan dan bantuannya selama diperkuliahan di Universitas Islam Bandung.
9. Dan kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, baik secara langsung maupun tidak langsung yang turut memberikan dukungan dan doa.

Daftar Pustaka

Andi Asari, Efa Rubawati Syaifuddin, Nurfitri Ningsi, Sudianto, Hana Diana Maria, Iwan Adhicandra, Rini Nuraini, Achmad Bajjuri, Adie Pamungkas, Firdan Gusmara Kusumah, Genik Puji Yuhanda, Sudaru Murti. *Komunikasi Digital*. Penerbit Lakeisha, 2023.

Cindie Sya'bania Feroza, Desy Misnawati. "Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan." *Jurnal Inovasi* 14 (2020): 32–41

Dedi Kusuma Habibie, Dwi fungsi media massa. "Ilmu Komunikasi" (2018): 79-86.

Dr. Rulli Nasrullah, M.Si. *Media Sosial*. Simbiosis Rekatama Media, 2016.

- Frisdayanti, Alfriza. "Peranan Brainware Dalam Sistem Informasi Manajemen." *Ekonomi Dan Manajemen Sistem Informasi 1* (2019): 60–69..
- Indri Rachmawati et.al, "obesity of information covid-19 children vaccine and parents digital literacy ability" *SoRes* (2023): 1269–1281.
- Nadya Nirmala Putri & Zulfebriges" Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Infobandungraya terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers" *Communication Management* (2022):1-4.
- Solis, Brian. *Engage! The Complete Guide For Brands And Businesses To Build, Cultivate, And Measure Success In The New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, 2010.
- Sugiyono, Prof. Dr. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta Bandung, 2020.
- We are social team, "Laporan Khusus Tahun 2024 Panduan Utama Anda Menuju Dunia Digital Yang Terus Berkembang.
- Ahmadi, D., Rinawati, R., Fardiah, D., Darmawan, F., Umar, M., & Syam, N. K. (2023). Digital Literacy for Women's Empowerment: A Solution to Raising Awareness of Countering Hoaxes. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v39i2.2645`2645>
- Fauzan Haris Anavidi, & Wiki Angga Wiksana. (2024). Hubungan Media Sosial Instagram @Urban1063fm dalam Membangun Brand Image. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK)*, 4(1).
- Muhamad Fauzi Rohimat Desfiana, & Karsa, S. I. (2021). Hubungan Penggunaan Instagram Simamaung dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(1), 23–29. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i1.66>
- Nelam Sari, P. R. (2021). Indonesia Digital Public Diplomacy on @kemlu_ri Instagram: Benefit and Challenges during COVID-19. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(1), 36–45. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i1.115>
- Nurrahman, A. A. (2024). Rancangan Sistem Rekomendasi Pemilihan Jurnal Ilmiah Nasional di Laman Sinta. *Conference on Electrical Engineering, Informatics, Industrial*

Technology, and Creative Media 2024, 1304–1308. <https://conferences.ittelkom-pwt.ac.id/index.php/centive/article/view/326>