

## Pengaruh Penggunaan Medsos Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada *Followers* Instagram @Concertmusic\_

Dwi Shinta Rachmawati<sup>1</sup>, Eko Hartanto<sup>2</sup>

Universitas Gunadarma, Depok

[dwishinta0609@gmail.com](mailto:dwishinta0609@gmail.com)

Submitted : 25 November 2024,

Accepted : 20 Desember 2024,

Published : 30 Januari 2025

### ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial dan kualitas informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi konser pada *followers* akun Instagram @concertmusic\_. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan membagikan kuesioner secara *online* kepada responden. Responden dalam penelitian ini adalah pria dan wanita yang berumur 17 - 35 tahun dengan keseluruhan jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Hair et, all. yang mendapatkan responden sebanyak 235 responden. Teknik pengambilan sampel ini adalah teknik *purposive sampling*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Uses and Gratification*. Dalam teori ini memberikan penjelasan mengenai bahwa khalayak adalah individu yang aktif dan memiliki tujuan, dimana individu bertanggungjawab dalam pemilihan media yang mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi, pendidikan, dan hiburan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial dan kualitas informasi pada akun @concertmusic\_ terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

**Kata-kata Kunci:** Akun Instagram @concertmusic\_, Kebutuhan Informasi, Penggunaan Media Sosial, Kualitas Informasi

*The Effect of Socmed Use and Information Quality on Fulfilling Concert Information Needs on  
Followers of the @Concertmusic\_ Instagram*

### ABSTRACT

*This study aims to determine how much influence the use of social media and information quality has on fulfilling concert information needs on followers of the @concertmusic\_ Instagram account. The method in this study uses quantitative methods by distributing questionnaires online to respondents. Respondents in this study were men and women aged 17-35 years with the entire sample size calculated*

Pengaruh Penggunaan Medsos Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada  
*Followers*

Instagram @Concertmusic\_

(Dwi Shinta Rachmawati, Eko Hartanto)

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

*using the Hair et, all formula. which got 235 respondents. This sampling technique is purposive sampling technique. The theory used in this research is Uses and Gratification. In this theory provides an explanation of that audiences are active and purposeful individuals, where individuals are responsible for choosing the media they use to meet their information, education, and entertainment needs. The results of the study indicate that there is a significant influence between the use of social media and the quality of information on the @concertmusic\_ account on fulfilling information needs*

**Keywords:** *concertmusic Instagram Account, Information Needs, Effect of Social Media Use, Information Quality*

**Korespondensi:** Dwi Shinta Rachmawati. Universitas Gunadarma. Pondok Cina, Kecamatan Beji, Kota Depok. Email: [dwishinta0609@gmail.com](mailto:dwishinta0609@gmail.com)

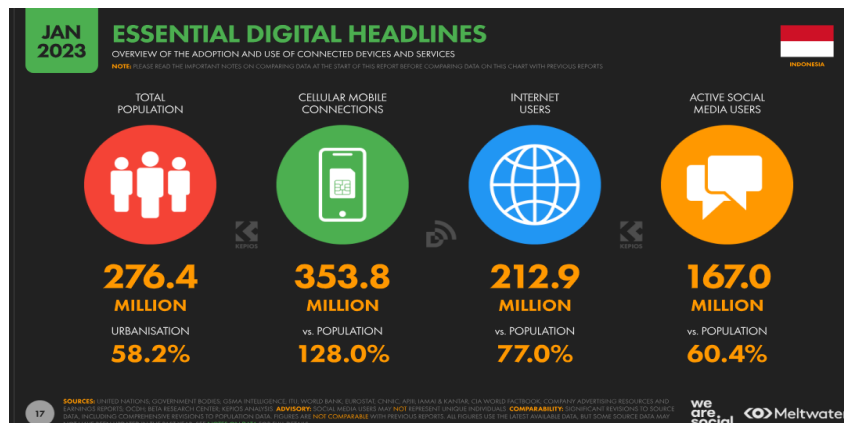
**Pengaruh Penggunaan Medsos Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada Followers**

**Instagram @Concertmusic\_  
(Dwi Shinta Rachmawati, Eko Hartanto)**

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

## PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, perkembangan teknologi komunikasi mengalami perubahan sangat pesat dan dapat mengubah pola komunikasi masyarakat. Berbagai informasi yang beragam dapat dengan mudah diakses oleh siapa saja dan kapan saja. Dengan adanya perkembangan teknologi ini, komunikasi masyarakat yang mulanya hanya mengandalkan media cetak (koran, majalah, tabloid) dan media elektronik (televisi, radio), sekarang lebih banyak yang merambah ke *platform virtual* atau media komunikasi baru lainnya. Menurut Herbert Blumer pada tahun 1939 orang pertama yang secara formal mendefinisikan massa sebagai tipe baru formasi sosial dalam masyarakat modern, dengan mengontraskannya dengan formasi sosial lainnya seperti kelompok, kerumunan, dan publik. Sedangkan, Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis dalam buku "Mass Communication Theory" edisi 6 menyatakan, keyakinan dan kekuatan media massa pada awalnya didasarkan pada pengamatan tentang jangkauan dan pengaruh besar, terutama dalam surat kabar baru yang populer. Media massa dianggap sebagai komponen penting yang terus berubah seiring waktu, dan memiliki peran penting dalam membentuk opini publik. Maka dalam definisi dan pandangan ini mencerminkan kompleksitas dan pentingnya peran komunikasi massa dalam masyarakat modern. Media komunikasi ini dapat memudahkan kita dalam berinteraksi dengan orang lain disekitar kita, dengan menggunakan bantuan koneksi internet. Di Indonesia perkembangan dari penggunaan internet semakin bertambah.



Gambar 1 Data Penggunaan Internet di Indonesia tahun 2023

(Sumber: We are sosial 2023)

### Pengaruh Penggunaan Medsos Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada Followers

Instagram @Concertmusic\_  
(Dwi Shinta Rachmawati, Eko Hartanto)

<http://ejournal.amikompuwokoerto.ac.id/index.php/AGUNA>

Berdasarkan gambar 1.1 hasil survey dari We Are Social pada tahun 2023, terdapat 212,9 juta jiwa atau 77,0% pengguna internet di Indonesia. Jumlah ini mengalami kenaikan yang cukup drastis dari tahun sebelumnya.

Media baru sebenarnya adalah perangkat teknologi komunikasi yang mempunyai berbagai fitur tertentu, dibuat oleh digitalisasi dan tersedia secara luas sebagai perangkat komunikasi.

Salah satu new media yang ada pada saat ini adalah media sosial. Media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan seseorang mengungkapkan segala ekspresi dirinya maupun berinteraksi, berbagi, bekerja sama dan berkomunikasi dengan pengguna lain serta membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah,2015). Menurut Van Dijk dalam buku karya Nasrullah (2015) Media sosial merupakan platform media yang berfokus pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Media sosial dapat sebagai medium *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna dan sebuah ikatan sosial. Sedangkan menurut Philip Kotler dan Kevin Keller (2012), media sosial adalah sarana bagi untuk berbagi informasi, teks, gambar, audio dan video antar pengguna media sosial.

Dari banyaknya media sosial yang paling populer di Indonesia, Instagram merupakan salah satu platform yang banyak digunakan dalam memberikan informasi. Instagram sendiri adalah sebuah platform yang dapat memungkinkan pengguna mengambil foto maupun video dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Pengguna Instagram dapat melakukan interaksi dan komunikasi melalui fitur-fitur yang disediakan seperti *Like*, *Comment* dan *Direct Message* dengan pengguna lainnya. Media sosial Instagram jumlah likes dan pengikut menjadi salah satu unsur penting untuk mengetahui popularitas dan pengaruh dalam akun Instagram tersebut. Oleh karena itu, media sosial Instagram ini tidak hanya dimanfaatkan untuk kebutuhan personal namun dapat juga menjadi portal berita, keperluan bisnis, organisasi, maupun perusahaan.

Berdasarkan hasil dari *We Are Social* Instagram menduduki peringkat ke-2 sebagai platform media sosial yang banyak digunakan oleh pengguna internet di Indonesia sebanyak 86,5% setelah whatsapp. Pada peringkat satu Whatsapp sebagai platform yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet, yaitu 92,1%, disusul oleh Facebook di peringkat ke-3 (83,8%), TikTok (70,8%), Telegram (64,3%), hingga Twitter (60,2%).

Belkin (dalam Ishak,2006) menyatakan bahwa kebutuhan informasi terjadi ketika seseorang menyadari adanya kekurangan dalam pengetahuannya tentang situasi atau topik tertentu dan ingin mengatasi

**Pengaruh Penggunaan Medsos Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada Followers**

**Instagram @Concertmusic\_  
(Dwi Shinta Rachmawati, Eko Hartanto)**

<http://ejournal.amikompuwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

kekurangan tersebut. Informasi dapat diperoleh dari pengalaman dan juga pembelajaran. Hal ini menjadi penting bagi media sosial, karena pengguna dapat menampilkan identitas, konten dan melakukan interaksi berdasarkan informasi yang ada (Nasrullah, 2015). Informasi merupakan hal yang sangat penting untuk menambah pengetahuan bagi masyarakat. Setiap individu menjadi terdorong untuk mencari informasi melalui media-media yang paling efektif dan akurat sesuai kebutuhan. Individu dapat mengakses informasi atau berita baik melalui media cetak maupun media online. Dalam perkembangan teknologi yang semakin maju pada era ini, memudahkan individu untuk mengakses informasi yang dibutuhkan dan mudah untuk memperoleh informasi dengan cepat.

Pada awal tahun 2022 pandemi Covid-19 semakin reda dan masyarakat perlahan dapat melakukan kegiatan seperti semula. Meskipun belum sepenuhnya normal, tetapi masyarakat dapat melakukan kegiatan dengan berbagai peraturan yang berlaku. Hal ini menjadi terdampak juga untuk kegiatan acara konser musik yang dapat dilaksanakan kembali dan menghibur masyarakat setelah beberapa waktu lalu tidak dapat merasakannya.

Acara konser musik ini membuatnya banyak dicari, tentunya Masyarakat membutuhkan informasi terkait waktu penyelenggaraan, tempat penyelenggaraan, musisi apa saja yang akan mengisi acara konser musik, dan lain sebagainya. Sehingga hal-hal tersebut dapat menjadi motif untuk mereka mencari informasi yang akurat mengenai acara konser musik agar mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Platform media sosial yang paling banyak digunakan untuk mencari informasi merupakan Instagram. Salah satunya pada akun Instagram @concertmusic\_. Akun Instagram @concertmusic\_ sudah memiliki pengikut atau *followers* sebanyak 12,8 ribu terhitung pada tanggal 31 Agustus 2023.

Akun Instagram @concertmusic\_ adalah media digital yang berfokus pada penyampaian informasi mengenai jadwal konser di Indonesia, baik dari musisi dalam negeri maupun luar negeri. Akun ini cukup terkenal di kalangan pengguna Instagram, dengan jumlah pengikut yang telah mencapai 12,8 ribu. Banyaknya pengikut ini menunjukkan bahwa mereka sering membaca dan melihat konten yang disajikan oleh @concertmusic\_ untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka.

@concertmusic\_ menyediakan berbagai informasi terkait musik, termasuk jadwal konser yang akan diselenggarakan di Indonesia, artikel tentang musik, serta video live report dari acara konser yang bekerja sama dengan @concertmusic\_ sebagai media partner. Di antara berbagai akun

**Pengaruh Penggunaan Medsos Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada Followers**

**Instagram @Concertmusic\_  
(Dwi Shinta Rachmawati, Eko Hartanto)**

<http://ejournal.amikompuwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

Instagram yang membahas konser musik, ada juga akun @jakartakonser, yang memiliki 855 ribu pengikut (data per 3 September 2023). Peneliti memilih akun @concertmusic\_ karena informasi yang disajikan memiliki keunikan tersendiri yang menarik untuk diteliti, terutama mengenai kualitas informasi dan kebutuhan informasi para pengikut akun tersebut.

Followers adalah salah satu fitur di Instagram, di mana mereka adalah akun yang mengikuti media sosial dan akan mendapatkan informasi tentang apa yang dibagikan oleh akun yang mereka ikuti. Kehadiran berbagai media sosial memberikan kesempatan bagi setiap individu untuk memilih platform yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Dalam penelitian Chris Heuer (Solis, 2010: 263) yang dikutip oleh Hanum dan Husna (2016), terdapat 4C dalam penggunaan media sosial: Context, yang mencakup bagaimana pesan atau informasi dibentuk; Communication, yang melibatkan cara berbagi informasi dengan cara mendengarkan dan merespons; Collaboration, yang berfokus pada kerjasama antara akun dengan penggunanya untuk menciptakan sesuatu yang lebih baik; dan Connection, yang berkaitan dengan menjaga hubungan yang berkelanjutan dengan pengguna.

Menurut James A O'Brien, kualitas informasi memiliki karakteristik isi, bentuk, dan waktu yang dapat memberikan nilai bagi seseorang. Informasi yang berkualitas dapat membuat informasi menjadi lebih bernilai. McLeod dan Schell (dalam Azmi dan Harry, 2017) menyebutkan beberapa aspek kualitas informasi, seperti akurasi, ketepatan waktu, relevansi, dan kelengkapan.

Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification*, yang menyatakan bahwa individu yang aktif dan memiliki tujuan akan memilih media yang mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi, pendidikan, dan hiburan mereka. Schramm menegaskan bahwa audience menilai tingkat kepuasan yang mereka harapkan dari media dengan pengorbanan yang harus mereka berikan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan.

Penelitian sebelumnya oleh Cassandra Willianti dan Roswita Oktavianti (2019) menemukan bahwa terdapat pengaruh motif penggunaan media sosial Instagram terhadap kepuasan konsumen, dengan pengaruh sebesar 28%. Penelitian lain oleh Meiliana Agustine dan Yuliasa Riana (2020) menemukan bahwa kualitas informasi Instagram dan electronic word of mouth (e-WOM) berpengaruh terhadap citra perusahaan, dengan pengaruh sebesar 70,9%. Selain itu, penelitian oleh

**Pengaruh Penggunaan Medsos Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada Followers**

**Instagram @Concertmusic\_  
(Dwi Shinta Rachmawati, Eko Hartanto)**

<http://ejournal.amikompuwoko.ac.id/index.php/AGUNA>

Aghnia, Hafizah Nur, Komariah Neneng, dan Rizal Edwin (2019) menunjukkan bahwa kualitas informasi website RS Paru Dr. H. A Rotinsulu memiliki hubungan yang signifikan dengan pemenuhan kebutuhan informasi pengunjung.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian serupa, dengan metode dan teori yang digunakan dapat diadopsi atau diterapkan dalam penelitian lanjutan untuk mengembangkan bidang ilmu komunikasi dan menggali aspek-aspek yang belum tercakup. Selain itu, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi serta memberikan wawasan kepada pemilik akun dan pengikutnya dalam memanfaatkan media sosial Instagram.

## **METODE PENELITIAN**

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan membagikan kuesioner secara *online* kepada responden. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat memperjelaskan dan menggambarkan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian, tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Peneliti lebih meningkatkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil penelitian dianggap representasi dari seluruh populasi (Kriyantono, 2006). Populasi merupakan wilayah generalisasi yang ditetapkan, dipelajari untuk kemudian ditarik kesimpulannya, terdiri atas obyek/subjek yg memiliki kualitas dan karakteristik (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *followers* akun Instagram @concertmusic\_ yang berjumlah 12,8 ribu. Jumlah populasi ini diambil pada tanggal 30 Agustus 2023.

Teknik pengambilan sampel ini adalah teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2018), teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Teknik *purposive sampling* memilih sekelompok subyek berdasarkan karakteristik tertentu yang dinilai memiliki keterkaitan dengan karakteristik atau ciri-ciri dari populasi yang akan diteliti. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah Kuisisioner (Angket) dan Studi Paustaka. Metode pengolahan data yang digunakan yaitu, Uji Validitas Uji Reliabilitas. Untuk teknik analisis data menggunakan Uji Asusmsi Klasik dan Uji Hipotesis,

**Pengaruh Penggunaan Medsos Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada  
*Followers***

**Instagram @Concertmusic\_  
(Dwi Shinta Rachmawati, Eko Hartanto)**

<http://ejournal.amikompuwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Realibilitas

**Tabel 1 Hasil Uji Realibilitas Penggunaan Media Sosial (X1)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.857	13

(Sumber: Hasil Pnegolahan Data Primer 2023)

Berdasarkan tabel, hasil yang di dapat dari 13 item pertanyaan, nilai *Cronbach Alpha* yang didapat adalah 0,857 sehingga dapat disimpulkan bahwa pengukuran pada variabel Penggunaan Media Sosial (X1) ini dapat diterima karena *Cronbach Alpha* > dari 0,6. Maka instrumen pengamatan bisa dinyatakan relibel sehingga instrumen tersebut layak untuk dilanjutkan ke penelitian yang lebih dalam.

**Tabel 2 Hasil Realibilitas Kualitas Informasi (X2)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.799	12

(Sumber: Hasil Pnegolahan Data Primer 2023)

**Pengaruh Penggunaan Medsos Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada Followers**

**Instagram @Concertmusic\_**

**(Dwi Shinta Rachmawati, Eko Hartanto)**

<http://ejournal.amikompuwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>



Berdasarkan tabel, hasil yang di dapat dari 12 item pertanyaan, nilai *Cronbach Alpha* yang didapat adalah 0,799 sehingga dapat disimpulkan bahwa pengukuran pada variabel Kualitas Informasi (X2) ini dapat diterima karena *Cronbach Alpha* > dari 0,6. Maka instrumen pengamatan bisa dinyatakan reliabel sehingga instrumen tersebut layak untuk dilanjutkan ke penelitian yang lebih dalam.

**Tabel 3 Hasil Uji Realibilitas Kebutuhan Informasi (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.892	14

(Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer 2023)

Berdasarkan tabel, hasil yang di dapat dari 14 item pertanyaan, nilai *Cronbach Alpha* yang didapat adalah 0,892 sehingga dapat disimpulkan bahwa pengukuran pada variabel Kebutuhan Informasi (Y) ini dapat diterima karena *Cronbach Alpha* > dari 0,6. Maka instrumen pengamatan bisa dinyatakan reliabel sehingga instrumen tersebut layak untuk dilanjutkan ke penelitian yang lebih dalam.

## Uji Normalitas

**Tabel 4 Hasil Uji Normalisasi  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

**Pengaruh Penggunaan Medsos Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada  
Followers**

**Instagram @Concertmusic\_  
(Dwi Shinta Rachmawati, Eko Hartanto)**

<http://ejournal.amikompuwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

		Unstandardized Residual
N		235
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.54946930
Most Extreme Differences	Absolute	.049
	Positive	.028
	Negative	-.049
Test Statistic		.049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

(Sumber: Hasil Pnegolahan Data Primer 2023)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukan bahwa hasil normalitas menggunakan uji Kolmogorov Smirnov, diketahui nilai signifikasi sebesar 0,200 yang dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 (0,200 > 0,05). maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

## Uji Multikolinieritas

**Tabel 5 Hasil Uji Multikolinieritas**

### Coefficients<sup>a</sup>

**Pengaruh Penggunaan Medsos Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada Followers**

**Instagram @Concertmusic\_**

**(Dwi Shinta Rachmawati, Eko Hartanto)**

<http://ejournal.amikompuwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.329	1.428		5.831	.000		
	Penggunaan Media Sosial (X1)	.359	.067	.336	5.335	.000	.529	1.891
	Kualitas Informasi (X2)	.342	.049	.442	7.006	.000	.529	1.891

a. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

(Sumber: Hasil Pnegolahan Data Primer 2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa koefisien *Tolerance* variabel penggunaan media sosial (X1) dan kualitas informasi (X2) sebesar 0,529 yang lebih besar dari 0,10 serta nilai VIF sebesar 1,891 yang lebih kecil dari 10. Hasil ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat gejala multikolinear dari model regresi yang dibuat.

### Uji Heterokedastisitas

**Tabel 6 Hasil Uji Heterokedastisitas**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.463	.859		6.362	.000
	Penggunaan Media Sosial (X1)	.006	.040	.012	.140	.889

**Pengaruh Penggunaan Medsos Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada Followers**

**Instagram @Concertmusic\_**  
(Dwi Shinta Rachmawati, Eko Hartanto)

<http://ejournal.amikompuwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

Kualitas Informasi (X2)	.035	.024	.097	1.061	.145
-------------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: ABS\_RES

(Sumber: Hasil Pnegolahan Data Primer 2023)

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glesjer diketahui bahwa nilai signifikansi variabel penggunaan media sosial (X1) sebesar 0,889 dan kualitas informasi (X2) sebesar 0,145 yang masing-masing lebih besar dari 0,05. Hasil ini mengartikan bahwa model regresi bebas dari gejala heteroskedastisitas.

## Uji Linieritas

**Tabel 7 Hasil Uji Linearitas X1**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) * Penggunaan Media Sosial (X1)	Between Groups	(Combined)	1420.977	18	78.943	21.994	.015
		Linearity	568.332	1	568.332	158.337	.011
		Deviation from Linearity	852.645	17	50.156	13.973	.016
	Within Groups		775.304	216	3.589		
	Total		2196.281	234			

(Sumber: Hasil Pnegolahan Data Primer 2024)

**Tabel 8 Hasil Uji Linearitas X2**

**ANOVA Table**

**Pengaruh Penggunaan Medsos Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada Followers**

**Instagram @Concertmusic\_**

**(Dwi Shinta Rachmawati, Eko Hartanto)**

<http://ejournal.amikompuwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) * Kualitas Informasi (X2)	Between Groups	(Combined)	1496.611	16	93.538	29.144	.010
		Linearity	901.228	1	901.228	280.801	.007
		Deviation from Linearity	595.383	15	39.692	12.367	.011
	Within Groups		699.670	218	3.209		
	Total		2196.281	234			

(Sumber: Hasil Pnegolahan Data Primer 2024)

Dari tabel-tabel di atas, dapat terlihat bahwa nilai *Deviation from Linearity* signifikasi (*Sig*) pada variabel X1 (Pengguna Media Sosial) adalah sebesar 0,11 dan nilai pada variabel X2 (Kualitas Informasi) adalah sebesar 0,16. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada *Followers* Akun Instagram @Concertmusic\_ memiliki hubungan yang linear. Hal ini dibuktikan dari nilai *Deviation from Linearity* signifikasi pada dua variabel X yaitu X1 (Pengguna Media Sosial) dan X2 (Kualitas Informasi) lebih besar dari 0,05 yaitu 0,11 dan 0,16.

## Uji T

**Tabel 9 Hasil Uji T**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8.329	1.428		5.831	.000

**Pengaruh Penggunaan Medsos Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada *Followers***

**Instagram @Concertmusic\_  
(Dwi Shinta Rachmawati, Eko Hartanto)**

<http://ejournal.amikompuwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

Penggunaan Media Sosial (X1)	.359	.067	.336	5.335	.000
Kualitas Informasi (X2)	.342	.049	.442	7.006	.000

a. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

(Sumber: Hasil Pnegolahan Data Primer 2023)

Adapun hipotesis pada penelitian ini adalah:

Ho1: Tidak terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi konser musik pada *followers* akun Instagram @concertmusic\_.

Ha1: Terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi konser musik pada *followers* akun Instagram @concertmusic\_.

Ho2: Tidak terdapat pengaruh antara kualitas informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi konser musik pada *followers* akun Instagram @concertmusic\_.

Ha2: Tidak terdapat pengaruh antara kualitas informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi konser musik pada *followers* akun Instagram @concertmusic\_.

## Uji F

**Tabel 10 Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1597.559	2	798.779	121.843	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1520.952	232	6.556		
	Total	3118.511	234			

a. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

**Pengaruh Penggunaan Medsos Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada *Followers***

**Instagram @Concertmusic\_**

**(Dwi Shinta Rachmawati, Eko Hartanto)**

<http://ejournal.amikompuwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

b. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi (X2), Penggunaan Media Sosial (X1)

(Sumber: Hasil Pnegolahan Data Primer 2023)

Adapun hipotesis pada penelitian ini adalah:

Ho3: Tidak terdapat pengaruh antara pengguna media sosial dan kualitas informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi konser musik pada *followers* akun Instagram @concertmusic\_.

Ha3: Terdapat pengaruh antara pengguna media sosial dan kualitas informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi konser musik pada *followers* akun Instagram @concertmusic\_.

Berdasarkan tabel hasil uji F, dapat disimpulkan bahwa nilai F sebesar  $121,843 > 3,0347$  dengan nilai signifikansi 0,000. Oleh karena nilai F bernilai positif dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial dan kualitas informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi konser pada *followers* akun instagram @concertmusic\_. Dengan demikian, H03 ditolak dan Ha3 diterima.

### Uji Koefisien determinasi

**Tabel 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.716 <sup>a</sup>	.512	.508	2.560

a. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi (X2), Penggunaan Media Sosial (X1)

b. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

(Sumber:

Hasil Pnegolahan Data Primer 2023)

**Pengaruh Penggunaan Medsos Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada Followers**

**Instagram @Concertmusic\_**

**(Dwi Shinta Rachmawati, Eko Hartanto)**

<http://ejournal.amikompuwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

Berdasarkan tabel diatas untuk melihat variabel X1 yaitu penggunaan media sosial dan variabel X2 yaitu kualitas informasi terhadap variabel Y yaitu pemenuhan kebutuhan informasi, dapat diketahui bahwa:

1. Nilai R adalah sebesar 0.716 yang artinya hubungan penggunaan media sosial dan kualitas informasi terhadap kebutuhan informasi sebesar 71,6% artinya hubungannya kuat.
2. Nilai R *square* adalah sebesar 0,512 yang artinya sebesar 51,2% variasi pemenuhan kebutuhan informasi konser pada *followers* akun instagram @concertmusic\_ dipengaruhi oleh penggunaan media sosial dan kualitas informasi, sedangkan sisanya sebesar 48,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.
3. Adjusted R Square adalah sebesar 0.508 yang artinya sebesar 50.8% faktor pemenuhan kebutuhan informasi dipengaruhi oleh penggunaan media sosial dan kualitas informasi pada akun Instagram @concertmusic\_, sedangkan selebihnya dapat dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

**Tabel 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi Penggunaan Media Sosial Terhadap Pemenuhan kebutuhan Informasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.509 <sup>a</sup>	.259	.256	2.643

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial (X1)

(Sumber: Hasil Pnegolahan Data Primer 2023)

Berdasarkan tabel diatas untuk melihat variabel X1 yaitu Penggunaan Media Sosial terhadap variabel Y yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi, dapat diketahui bahwa:

1. Nilai R = 0,509. artinya, hubungan penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 0,509 (50,9%. artinya hubungannya kuat.

**Pengaruh Penggunaan Medsos Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada Followers**

**Instagram @Concertmusic\_**  
**(Dwi Shinta Rachmawati, Eko Hartanto)**

<http://ejournal.amikompuwoko.ac.id/index.php/AGUNA>



2. Nilai R Square = 0.259. artinya, nilai tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memberikan dampak sebesar 25,9%, terhadap pemenuhan kebutuhan informasi sedangkan 74,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.
3. Adjusted R Square = 0.256 jika dipresentasikan sebesar 25,6% faktor pemenuhan kebutuhan informasi dipengaruhi oleh penggunaan media sosial, sedangkan selebihnya dapat dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

**Tabel 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Informasi Sosial Terhadap Pemenuhan kebutuhan Informasi Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.641 <sup>a</sup>	.410	.408	2.358

a. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi (X2)

(Sumber: Hasil Pnegolahan Data Primer 2023)

Berdasarkan tabel diatas untuk melihat variabel X2 yaitu Kualitas Informasi terhadap variabel Y yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi, dapat diketahui bahwa:

1. Nilai R = 0,641. artinya, hubungan penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 0,641 (64,1%) artinya hubungannya kuat.
2. Nilai R Square = 0.410. artinya, nilai tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memberikan dampak sebesar 41%, terhadap pemenuhan kebutuhan informasi sedangkan 60% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.
3. Adjusted R Square = 0.408 jika dipresentasikan sebesar 40,8% faktor pemenuhan kebutuhan informasi dipengaruhi oleh penggunaan media sosial, sedangkan selebihnya dapat dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

**Pengaruh Penggunaan Medsos Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada Followers**

Instagram @Concertmusic\_  
(Dwi Shinta Rachmawati, Eko Hartanto)

<http://ejournal.amikompuwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

## Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada Followers Akun Instagram @concertmusic\_

Pada pengujian hipotesis pertama yang dimana dalam Ha1 terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi konser musik pada *followers* akun Instagram @concertmusic\_. Menurut penelitian dari Chris Heuer ( dalam Hanum dan Husna, 2016) terdapat 4C dalam penggunaan media sosial, diantaranya *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*. Hasil pengujian dengan SPSS dengan Uji regresi secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa nilai  $T_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $T_{tabel}$  yaitu  $5.335 > 1.970$  dan juga nilai signifikansi kurang dari 0.05 ( $0.000 < 0,05$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Analisis dalam pengaruh ini memiliki hubungan yang cukup, hal ini didapat berdasarkan pada pernyataan variabel penggunaan media sosial. Pada indikator *Connection* yang paling banyak diisi yaitu sebanyak 135 orang memilih jawaban sangat setuju (SS) pada pernyataan “Akun Instagram @concertmusic\_ memberikan informasi berkelanjutan seputar konser musik di Indonesia”. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mengakui bahwa akun Instagram @concertmusic\_ memiliki *connection* yang tinggi dalam memberikan informasi dikarenakan informasi akun tersebut memberikan informasi yang berkelanjutan mengenai konser musik di Indonesia. Maka, pada variabel penggunaan media sosial secara parsial berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Fahri, et.al. Dengan judul “Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kebutuhan Informasi Seks Edukasi Pada Generasi Z” yang dimana pada penelitian sebelumnya dinyatakan bahwa media sosial Tiktok memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Seks Edukasi pada generasi Z.

## Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser pada Followers Akun Instagram @concertmusic\_

Pada pengujian hipotesis kedua yang dimana Ha2 terdapat pengaruh kualitas informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi konser musik pada *followers* akun Instagram @concertmusic\_. Kualitas informasi menurut McLeod dan Schell (dalam Azmi dan Harry, 2017) berpendapat bahwa terdapat 4 aspek kualitas informasi, yakni akurat, tepat waktu, relevan, dan lengkap. Hasil pengujian dengan SPSS dengan

**Pengaruh Penggunaan Medsos Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada  
Followers**

**Instagram @Concertmusic\_  
(Dwi Shinta Rachmawati, Eko Hartanto)**

<http://ejournal.amikompuwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

Uji regresi secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa nilai  $T_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $T_{tabel}$  yaitu  $7.006 > 1.970$  dan juga nilai signifikansi kurang dari 0.05 ( $0.000 < 0,05$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Analisis dalam pengaruh ini memiliki hubungan yang cukup, hal ini didapat berdasarkan pada pernyataan variabel kualitas informasi. Pada indikator Akurat yang paling banyak diisi yaitu sebanyak 155 orang memilih jawaban sangat setuju (SS) pada pernyataan “Akun Instagram @concertmusic\_ selalu menyampaikan informasi seputar konser musik di Indonesia dengan konsisten”. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menyetujui jika informasi yang disampaikan oleh akun @concertmusic\_ sangat konsisten karena informasinya sesuai dengan kebutuhan *followers*. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas informasi secara parsial berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

Hal ini sesuai dengan Aghnia, et.al. Yang berjudul “ Hubungan Kualitas Informasi Website RS Paru Dr. H. A. Rotinsulu dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi” yang dinyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas informasi dengan pemenuhan kebutuhan informasi dalam website RS Paru Dr. H. A. Rotinsulu.

## Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada Followers Akun Instagram @concertmusic\_

Pada pengujian hipotesis ketiga yang dimana  $H_a$  terdapat pengaruh penggunaan media sosial dan kualitas informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi konser musik pada *followers* akun Instagram @concertmusic\_. Hasil pengujian dengan SPSS dengan Uji koefisien regresi secara simultan (Uji F) diperoleh nilai signifikansi pada tabel ANOVA, yaitu nilai sig.  $0.000 < 0.05$  dan juga nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $121.843 > 3.0347$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka, penggunaan media sosial dan kualitas informasi secara simultan berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Kemudian jika dilihat pada hasil Uji Koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* pada penelitian ini sebesar 0.508. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa penggunaan media sosial dan kualitas informasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi konser pada *followers* akun Instagram @concertmusic\_ memiliki pengaruh yang signifikan dalam pemenuhan

**Pengaruh Penggunaan Medsos Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada Followers**

**Instagram @Concertmusic\_**  
(Dwi Shinta Rachmawati, Eko Hartanto)

<http://ejournal.amikompuwoko.ac.id/index.php/AGUNA>

kebutuhan informasi sebesar 50,8% sedangkan sisanya sebesar 49,2% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial dan kualitas informasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi konser musik pada akun Instagram @concertmusic\_. Penggunaan media sosial yang efektif terbukti berkontribusi secara positif dalam memenuhi kebutuhan informasi para pengikut akun tersebut. Selain itu, kualitas informasi yang akurat dan relevan juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan followers terhadap informasi yang disajikan. Kombinasi antara penggunaan media sosial dan kualitas informasi yang tinggi menghasilkan dampak yang signifikan dalam memenuhi kebutuhan informasi konser bagi para pengikut akun ini. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial yang baik dan penyajian informasi berkualitas tinggi sangat diperlukan untuk memenuhi kebutuhan informasi pengikut dengan lebih efektif.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat akademis bagi mahasiswa yang ingin mengeksplorasi topik-topik serupa, serta memberikan panduan praktis bagi akun Instagram @concertmusic\_ untuk meningkatkan kualitas informasi yang disajikan, guna lebih memenuhi kebutuhan dan harapan pengikutnya di masa mendatang.

## **REFERENSI**

- Agnia, Nur. H dan Neneng. K. 2019. Hubungan Kualitas Informasi Website RS Paru Dr. H. A Rotinsulu dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*. Vol.7, No.2.
- Agustine. M dan Riana. Y. 2020. Pengaruh Kualitas Informasi Instagram dan Electronic Word of Mouth Terhadap Citra Dapurfit. *Profesi Humas*. Vol.5, No.1.
- Baran, S.J. & Davis, D.K. 2009. *Mass Communication Theory Foundation, Ferment and Future (5<sup>th</sup> eds)*. Boston: Wadsworth.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenamedia Group.

**Pengaruh Penggunaan Medsos Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada Followers**

**Instagram @Concertmusic\_  
(Dwi Shinta Rachmawati, Eko Hartanto)**

<http://ejournal.amikompuwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

- Damayanti, L, 2019. Pengaruh Terpaan Media dan Motif Penggunaan Media Instagram Terhadap Kepuasan Followers Dalam Mendapatkan Informasi Pada Akun @visitbogor. Universitas Gunadarma.
- Enterprise, J, 2012. *Instagram Untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. Jakarta Elex Media Komputindo.
- Fahri, A, Ramadhan, M, dan Utami, W. 2022. Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kebutuhan Informasi Seks Edukasi Pada Generasi Z. JISIP. Vol. 6, No. 1.
- Fitrianti, A, Suharman, H. 2017. Kajian Kualitas Sistem Informasi AKuntansi pada Perguruan Tinggi Muhammadiyah di Indonesia. Simposium Nasional Akuntansi XX.
- Ghozali, I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. 2019. *Multivariate Data Analysis (8<sup>th</sup> eds)*. Boston: Cengage.
- <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>, Diakses pada tanggal 2 Agustus 2023.
- [https://www.instagram.com/concertmusic\\_/](https://www.instagram.com/concertmusic_/), Diakses pada tanggal 31 Agustus 2023.
- Humaizi, M. A. 2018. *Uses and Gratification Theory*. Medan: USU Press.
- Ishak, 2006. Kebutuhan Informasi Mahasiswa Program Pendidikan Dokter Spesialis (PPDS) FK. UI Dalam Memenuhi Tugas Journal Reading. Pustaka, Vol. 2, No. 2.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : Kencana
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, L., dan Kelly, K. 2009. *New Media: A Critical Introduction* Abington: Routledge.
- Mahendra Bimo, 2017. Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebutan Perspektif Komunikasi). Jurnal Visi Komunikasi, Vol.16, No.1.
- McQuail, D. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory*. London: SAGE Publications Ltd.

**Pengaruh Penggunaan Medsos Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada Followers**

**Instagram @Concertmusic\_  
(Dwi Shinta Rachmawati, Eko Hartanto)**

<http://ejournal.amikumpurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

- Musyifah, Christina, Lydia. 2020. Pemanfaatan Line Today Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu BUdaya Universitas Diponegoro Semarang. Vol.4, No.4.
- Nasrullah R. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Purnama, A. P, 2017. Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Media Sosial (Studi Pada Akun AC Milan Terhadap Komunitas Milanisti Indonesia Seizone Yogyakarta). Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Rahmawati, A. 2020. Pengaruh Motif Penggunaan Media dan Kualitas Layanan Go-Pay Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Aplikasi Go-Pay. Universitas Gunadarma.
- Rosady, Ruslan. 2004. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta:Raja Grafindo Persada.
- Safrina, S dan Samatan, N. 2021. Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial dan Kualitas Informasi Akun Instagram @indozone.id Terhadap Kepuasan Followers Generasi Z. Jurnal Komunikasi dan Media. Vol.2, No.1.
- Siregar, S. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Utari, M, 2017. Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. Jom FISIP, Vol. 4, No.2.
- Willianti. C dan Oktavianti, R. 2019. Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Followers @pluffychoice). Prologia. Vol.3, No.1.

**Pengaruh Penggunaan Medsos Dan Kualitas Informasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Konser Pada Followers**

**Instagram @Concertmusic\_  
(Dwi Shinta Rachmawati, Eko Hartanto)**

<http://ejournal.amikompuwoko.ac.id/index.php/AGUNA>