

HUBUNGAN ANTARA MOTIF DAN KEPUASAAN MAHASISWA DALAM MENGAKSES INSTAGRAM

Nabilah¹, Jumroni², Tantan Hermansah³, Nasichah⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

Email: nabilah_21@mhs.uinjkt.ac.id, Jumroni@uinjkt.ac.id, tantan.hermansah@uinjkt.ac.id, nasichah@uinjkt.ac.id

Abstrak: Akun Instagram @uinjktofficial berhasil masuk dalam 200 perguruan tinggi dunia yang dinilai mampu memanfaatkan media sosial, penilaian tersebut dari UniRank Instagram university Ranking. Dalam mengakses instagram seseorang memiliki motif dan kepuasan yang berbeda berdasarkan motif-motif tertentu. Penelitian ini meneliti motif dan kepuasan mahasiswa UIN Jakarta dalam mengakses akun instagram @uinjktofficial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui metode dakwah yang digunakan akun instagram @uinjktofficial. penelitian ini menggunakan teori Uses & gratification untuk mengetahui motif dan kepuasan seseorang. Motif (gratificationn sougth) adalah yang mendorong seseorang mengonsumsi media sedangkan kepuasan (gratitfication obtained) adalah yang diperoleh seseorang setelah mengonsumsi suatu jenis media. Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dengan pendekatan kuantitatif yang mana dalam penelitian ini berangkat dari teori yang sudah ada. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel non probabiliti dengan metode aksidental dengan sampel 100 responden. Hasil dari penelitian metode dakwah yang digunakan akun instagram @uinjktofficial menggunakan dakwah Bil Qolam dalam memberikan informasi kepada publik dakwah bil qolam adalah dakwah menggunakan metode tulisan sebagai sarana menyampaikan ajaran islam. Akun instagram @uinjktofficial mampu memberi kepuasan kepada mahasiswa.

Kata Kunci: Instagram, Uses & Gratification, Motif, Kepuasan, Mahasiswa

Abstract: The Instagram account @uinjktofficial has succeeded in being included in 200 world universities that are considered capable of utilizing social media, the assessment is from the UniRank Instagram university Ranking. In accessing Instagram, a person has different motives and satisfactions based on certain motives. This study examines the motives and satisfaction of UIN Jakarta students in accessing the @uinjktofficial Instagram account. The purpose of this study was to determine the da'wah method used by the @uinjktofficial Instagram account. This study uses the Uses & Gratification theory to determine a person's motives and satisfaction. The motive (gratification obtained) is what encourages a person to consume the media while satisfaction (gratification obtained) is what is obtained by a person after consuming a type of media. This study uses a positivism paradigm with a quantitative approach which in this study departs from existing theories. The sampling technique used a non-probability sample with the accidental method with a sample of 100 respondents. The results of the research on the da'wah method used by the @uinjktofficial instagram account using Bil Qolam's da'wah in providing information to the public, bil qolam's da'wah is da'wah using the written method as a means of conveying Islamic teachings. Instagram account @uinjktofficial is able to give satisfaction to students.

Keyword: Instagram, Uses & Gratification, Motives, Satisfaction, Students

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi memiliki sebuah kontribusi dalam memajukan sebuah media massa dan media sosial dalam bentuk keberagaman dalam menyampaikan informasi. Di zaman modern ini banyak sekali media sebagai sarana informasi dalam bentuk media sosial. Salah satunya adalah media sosial instagram dan sejenisnya. Masyarakat sekarang membutuhkan informasi lebih cepat dalam kehidupan sehari-hari, dari pada itu banyak sekali inovasi media sosial yang hadir untuk membuat masyarakat lebih mudah dalam mendapatkan informasi.

Media sosial atau sering sekali disebut sebagai media baru adalah salah satu bentuk pergeseran media massa yang mana dahulu hanya media merupakan pusat informasi dan informasi itu diberikan atau dipublikasikan dengan satu arah, kini media menjadi interaktif karena khalayak tidak hanya sekedar objek tetapi khalayak yang di libatkan lebih aktif dalam media sosial. Menurut Mc Namus, bahwa pergeseran dari ketersediaan media yang dahulu langka dengan akses yang juga terbatas menuju media

yang melimpah. Sekarang dapat dilihat arus komunikasi yang begitu mudah dalam menyampaikan informasi yang secara cepat menandakan bahwa media sosial sebagai sarana informasi yang banyak digunakan dari pada media konvensional untuk mendapatkan informasi.

Semakin berkembang media sosial sekarang seorang dengan mudah mengakses informasi. Hal ini terlihat pada media sosial instagram yang mulanya sebagai media berbagi foto dan video. Sekarang terlihat jelas banyak orang menggunakan instagram sebagai media informasi, hiburan dan bisnis, Country Director facebook Indonesia Sri Widowari mengatakan, Indonesia bisa jadi pengguna instagram terbanyak di asia pasifik. Ini menandakan bahwa instagram adalah sarana informasi yang bukan hanya sebagai hiburan akan tetapi sebagai sarana yang mampu menciptakan kemudahan dalam menyampaikan informasi yang menarik bagi penggunanya. Dikutip dari studi IPPSOS 90 persen pengguna instagram menggunakan untuk komunikasi dengan bisnis.

Menurut laporan terbaru dari NapoleonCat, salah satu perusahaan analisis Sosial Media Marketing yang berbasis di Warsawa, Polandia pengguna instagram indonesia berjumlah sebesar 62 060.000 pengguna instagram di Indonesia pada Februari 2019, yang merupakan 22,8% dari seluruh populasi. Sebagian kecil dari mereka adalah laki-laki - 50,1%. orang berusia 18 hingga 24 tahun adalah kelompok pengguna terbesar (24.000 000). Dari hasil riset tersebut jelas bahwa pengguna instagram di Indonesia mempunyai memiliki tingkat pengguna yang signifikan.

Pengguna instagram tersebut dimanfaatkan untuk publikasi dari mulai tingkat pemerintahan, perusahaan dan lembaga pendidikan menggunakan media instagram. Tujuan dari penggunaan instagram adalah untuk membangun citra dan sekaligus memberikan informasi kepada followersnya. Salah satu akun instagram UIN Syarif Hidayatullah Jakarta menggunakan instagram sebagai sarana publikasi yang memudahkan dalam memberikan informasi kepada civitas academic.

Akun media sosial UIN Jakarta sebagai media informasi seputar kampus terdapat beberapa dalam website uinjkt.ac.id berupa akun facebook dan youtube dengan nama UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dan akun instagram dan twitter dengan nama @uinjktofficial. Sebagai media informasi kepada mahasiswa, umumnya untuk masyarakat luas. Dalam pengelolanya akun media sosial dikelola oleh humas UIN Jakarta yang dipimpin oleh Kepala Sub bagian publikasi dan dokumentasi Samsuddin S.Kom. Media sosial yang menjadi sorotan perguruan tinggi dunia di UIN Jakarta adalah akun instagramnya yang berhasil masuk dalam 200 perguruan tinggi dunia yang dinilai mampu memanfaatkan media sosial penilaian tersebut dari UniRank Instagram university Ranking melalui surat elektronik yang diterima UIN Jakarta.

Dalam mengakses instagram seseorang memiliki motif dan kepuasan yang berbeda. Dalam penelitian ini menggunakan teori uses & gratification untuk mengetahui motif dan kepuasan seseorang. Motif (gratificationn sougth) adalah yang mendorong seseorang mengonsumsi media sedangkan kepuasan (gratification obtained) adalah yang diperoleh seseorang setelah mengonsumsi suatu jenis media tertentu. Berikut review skripsi yang memiliki kedekatan dengan judul sebagai kajian terdahulu Johnson And Yang (2009) Penelitiannya tentang Uses and gratifications of Twitter: An examination of user motives and satisfaction of Twitter use. Meneliti tentang motif dan kepuasan pengguna twitter di Amerika serikat, Kanada, Inggris dan Australia. Johnson dan Yang menggunakan teori Gratification Palmagreen yaitu Gratification Soght and Grattification Obtained. Dalam penelitiannya menghasilkan ada hubungan antara motif dan kepuasan pengguna twitter. Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan indikator motif sosial dan motif informasi dan perbedaan dalam penelitian ini terlihat jelas dari subjek yang diteliti. Hasil penelitian ini diharapkan untuk mendalami teori uses & gratification

dan sekaligus memahami penerapan teori uses & gratification di media social. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui metode dakwah yang digunakan akun instagram @uinjktofficial.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai adalah survei eksplantif yang sifatnya asosiatif. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya, yang mana kuesioner tersebut disebar kepada mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta untuk mengetahui hubungan antara motif dan kepuasan mahasiswa mengakses instagram @uinjktofficial.

Dalam penelitian ini populasi yang diambil berjumlah 59.402 followers akun instagram @uinjktofficial. Rumus slovin digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan sampel yang akan peneliti jadikan responden untuk menunjukkan representatif dari jumlah followers karena populasi bersifat heterogen maka penelitian ini menggunakan rumus slovin yang mana rumus ini digunakan pada jumlah populasi yang besar untuk mendapatkan representatif dalam menentukan sampel.

Rumus Slovin.
$$n = \frac{N}{1+N(d)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d = Nilai presisi (10%)

$$n = \frac{59.402}{5.402(0.1)^2 + 1} = \frac{59.402}{595,02} = 99,86$$

Dengan demikian, maka dari jumlah populasi 5.474 diperoleh ukuran sampel sebesar 99,86 atau 100 sampel penelitian.

Sampel ialah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik yang disebut dengan teknik sampling. Dalam penelitian ini menggunakan non probabiliti yang mana dengan menggunakan teknik sampling aksidental yaitu : mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang ditemui peneliti dengang kecocokan yang menjadi followers saja yang peneliti jadikan sampel. Dari generilisasi di atas di dapatkan penarikan sampel 100 untuk peneliti jadikan sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis dari data responden maka diperoleh dari mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang menjadi sampel pada penelitian ini berjumlah 100 orang dengan data sebagai berikut.

Tabel 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	34	34,00 %
Perempuan	66	66,00%
Total	100	100%

Berdasarkan Tabel di atas bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan sebanyak 66 orang dan sisanya adalah responden laki-laki sebanyak 34 orang. Sehingga responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak dari pada responden laki-laki. Setelah mendapatkan jumlah data sampel di atas maka peneliti menguji

hubungan antar kedua variabel untuk mengetahui tingkat hubungan antara motif dan kepuasan mahasiswa dalam mengakses akun instagram. Penelitian ini sudah memilih layanan pada fitur layanan komentar di instagram UIN Jakarta. Penelitian ini tidak melihat semua pola penggunaan fitur layanan instagram UIN Jakarta. Jadi mahasiswa 100 responden puas terhadap layanan komentar.

Tabel 2. Uji Hasil Hubungan Antara Motif dan Kepuasan

Correlations			
		MOTIF_X	KEPUASAN_Y
MOTIF_X	Pearson Correlation	1	.319 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	100	100
KEPUASAN_Y	Pearson Correlation	.319 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	100	100

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

Interpretasi output SPSS pada tabel correlation, di peroleh koefisien korelasi sebesar 0,319, dengan signifikan sebesar 0.001. Berdasarkan data tersebut diatas maka dapat dilakukan pengujian hipotesis dengan membandingkan taraf signifikan (p-value) dengan galatnya.

Jika signifikansi $>0,05$, maka H_a diterima
 Jika signifikansi $<0,05$, maka H_0 ditolak

Pada kasus ini terlihat bahwa koefisien korelasi 0,319 dengan signifikan 0,001 karena signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak berarti H_a diterima. Artinya ada hubungan yang positif antara motif dengan kepuasan mahasiswa mengakses instagram @uinjktoofficial.

Berdasarkan penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel Motif (X) dan Kepuasan (Y) terdiri dari dua indikator yang dipakai oleh Johnson & Yang dalam penelitiannya yang berjudul Uses Gratification Of Twitter. Dalam penelitian tersebut menggunakan dua indikator yaitu motif informasi dan motif sosial pada variabel X dan Y. Dalam teori Gratification yang dikembangkan oleh Palmagreen terdapat Gratification Soght dan Gratification obtained, Gratification tersebut menjelaskan Motif dan kepuasan pengguna dalam mengonsumsi media.

Penelitian ini juga menggunakan indikator yang sama yang digunakan Johnson dan Yang untuk mengetahui motif dan kepuasan mahasiswa dalam mengakses dan memfollow akun instagram @uinjktoofficial. Berikut deskripsi skor variabel motif dan kepuasan mahasiswa dalam mengakses instagram bisa dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3. Skor Variabel (X) Motif Informasi

No	STS		TS		KS		S		SS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	3	3.0	7	7.0	20	20.0	49	49.0	21	21.0	299

2	6	6.0	23	23.0	4	4.0	19	19.0	7	7.0	298
3	26	26.0	45	45.0	34	34.0	12	12.0	5	5.0	247
4	21	21.0	31	31.0	30	30.0	15	15.0	5	5.0	258

Berdasarkan Tabel di atas skor variabel (x) motif informasi dapat diketahui skor tertinggi terdapat pada butir nomor satu dengan skor sebesar 299, dari pernyataan nomor satu bahwa mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dalam mengakses akun instagram @uinjktoofficial yaitu untuk bersantai dalam mencari informasi.

Tabel 4. Skor Variabel (X) Motif Sosial

No	STS		TS		KS		S		SS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
5	10	10.0	20	20.0	35	35.0	25	25.0	10	10.0	305
6	35	35.0	40	40.0	35.0	5	0	0.0	5	5.0	230
7	10	10.0	10	10.0	35	35.0	35	35.0	10	10.0	325
8	10	10.0	25	25.0	25	35.0	30	30.0	10	10.0	275
9	30	30.0	20	20.0	30	30.0	15	15.0	5	5.0	245
10	5	5.0	20	20.0	40	40.0	20	20.0	15	15.0	320
11	15	15.0	20	20.0	25	25.0	30	30.0	20	20.0	310
12	30	30.0	20	20.0	30	30.0	10	10.0	10	10.0	280
13	10	10.0	15	15.0	30	30.0	25	25.0	20	20.0	335
14	15	15.0	10	10.0	30	30.0	25	25.0	20	20.0	325

Berdasarkan skor variabel (x) motif sosial dapat diketahui skor tertinggi terdapat pada nomor 13 dengan total 335, dari pernyataan nomor 13 bahwa mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dalam mengakses akun instagram @uinjktoofficial adalah untuk mencari hiburan.

Tabel 4. Skor Variabel (Y) Motif Informasi

No	STS		TS		KS		S		SS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	8	8.0	16	16.0	41	41.0	24	24.0	11	11.0	314
2	3	3.0	4	4.0	32	32.0	36	36.0	25	25.0	376
3	3	3.0	7	7.0	29	29.0	31	31.0	30	30.0	378
4	9	9.0	19	19.0	34	29.0	24	31.0	14	30.0	315
5	10	10.0	20	20.0	44	44.0	18	31.0	8	30.0	394

Berdasarkan Tabel Skor Variabel (Y) Motif Informasi skor tertinggi terdapat pada nomor tiga dengan jumlah skor sebesar 378, dari pernyataan nomor tiga bahwa

mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta setelah mengakses akun instagram @uinjktoofficial memperoleh informasi berupa fakta , links dan pengetahuan.

Tabel 5. Skor Variabel (Y) Motif Sosial

No	STS		TS		KS		S		SS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
6	6	6.0	22	22.0	38	38.0	23	23.0	11	11.0	341
7	10	10.0	23	23.0	36	36.0	22	22.0	9	9.0	297
8	11	11.0	20	20.0	31	31.0	24	24.0	14	14.0	310
9	9	9.0	13	13.0	30	30.0	34	34.0	14	14.0	331
10	8	8.0	22	22.0	33	33.0	32	32.0	5	5.0	306
11	12	12.0	15	15.0	39	39.0	28	28.0	6	6.0	301
12	6	6.0	9	9.0	36	36.0	29	29.0	20	20.0	348
13	6	6.0	4	4.0	29	29.0	42	42.0	19	19.0	364
14	8	8.0	14	14.0	33	33.0	36	36.0	9	9.0	324

Berdasarkan Tabel Skor Variabel (Y) Motif Sosial skor tertinggi terdapat pada nomor 13 dengan jumlah skor sebesar 364, dari pernyataan nomor 13 bahwa mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta setelah mengakses akun instagram @uinjktoofficial dapat berbagi informasi dengan orang lain.

Setelah mengetahui skor dari variabel Motif dan Kepuasan peneliti melihat kesenjangan yang diperoleh dari Gratification Soght dan Gratification obtained. Dalam penelitian ini menggunakan teori uses & gratification untuk mengetahui motif dan kepuasan seseorang. Motif (gratificationn sought) adalah yang mendorong seseorang mengonsumsi media sedangkan kepuasan (gratificatiion obtained) adalah yang diperoleh seseorang setelah mengonsumsi suatu jenis media berikut hasil dari nilai mean dari kedua variabel X dan Y.

Tabel 6 Hasil Mean Variabel X dan Y

No.	Variabel	Jumlah	Mean
1	Motif	289.4286.	289.4286
2	Kepuasan	335.6429	335.6429

Skor mean motif dan kepuasan terdapat kesenjangan dengan nilai mean kepuasan yang lebih tinggi sebesar 335.6429 dan nilai mean motif sebesar 289.4286.

Instagram UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang masuk dalam kategori 200 media sosial yang mampu memanfaatkan media sosial dengan baik dalam penilain UniRank Instagram university Ranking. Penelitian ini melihat pada motif dan kepuasan mahasiswa dalam mengakses akun @uinjktoofficial. Berdasarkan hasil penelitian hubungan antara motif dan kepuasan mahasiswa dalam mengakses akun instagram @uinjktoofficial dengan menggunakan teori Katz (1974) dan Uses & Gratification yang dikembangkan oleh

Philip Palmagreen dengan membagi dalam Gratification Sought dan Gratification obtained yang mana dalam penelitian ini menjelaskan secara empiris motif yang di inginkan dan kepuasan yang diperoleh dari mengonsumsi media. Motif (gratification sought) adalah yang mendorong seseorang mengonsumsi media sedangkan kepuasan (gratification obtained) adalah yang diperoleh seseorang setelah mengonsumsi suatu jenis media tertentu

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang menjadi followers akun instagram @uinjktoofficial dengan menggunakan perhitungan rumus slovin diperoleh 100 sampel. Setelah melakukan pengumpulan data kuesioner, responden jenis kelamin perempuan lebih tinggi sebesar 66 responden dan laki-laki sebesar 34 responden.

Berdasarkan dari hasil uji korelasi Product moment menggunakan SPSS antara variabel Motif dan Kepuasan diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,319. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat positif antara motif dan kepuasan mahasiswa dalam mengakses akun instagram @uinjktoofficial.

Deskripsi skor variabel Motif (gratification sought) pada indikator motif informasi skor tertinggi terdapat pada butir nomor satu dengan skor 299 pernyataan nomor satu bahwa mahasiswa UIN Jakarta mengakses akun instagram untuk bersantai dalam mendapatkan informasi sedangkan pada indikator motif sosial skor tertinggi pada nomor 13 dengan total skor 335, dari pernyataannya mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dalam mengakses akun instagram untuk mencari hiburan.

Pada variabel Kepuasan (gratification obtained) pada indikator motif informasi skor tertinggi terdapat pada nomor tiga dengan skor sebesar 378, dari pernyataan nomor tiga bahwa mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta setelah mengakses akun instagram @uinjktoofficial mendapatkan informasi berupa fakta, links dan pengetahuan. Hal ini menunjukkan bahwa instagram @uinjktoofficial mampu memberikan kepuasan informasi kepada mahasiswa yang memfollow.

Setelah mengetahui Skor mean motif dan kepuasan maka dalam penelitian ini menggunakan teori Gratification Sought dan Obtained dalam teori ini mencari kesenjangan antar kedua G_s dan G_o jika didapati ada kesenjangan berarti media tersebut memuaskan. Setelah peneliti riset bahwa terdapat kesenjangan antara variabel motif dan kepuasan dengan nilai mean kepuasan yang lebih tinggi sebesar 335.6429 dan nilai mean motif sebesar 289.4286. dapat disimpulkan Jika mean skor G_s lebih kecil dari mean skor G_o maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibanding dengan kebutuhan yang diinginkan. dengan kata lain akun instagram @uinjktoofficial memuaskan mahasiswa setelah mengaksesnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan Metode dakwah yang digunakan akun instagram @uinjktoofficial menggunakan dakwah Bil Qolam dalam memberikan informasi kepada publik dakwah bil qolam adalah dakwah menggunakan metode tulisan sebagai sarana menyampaikan ajaran islam. Berdasarkan hasil uji Koefisien korelasi ada Hubungan yang sangat positif antara motif dan kepuasan mahasiswa dalam mengakses akun instagram @uinjktoofficial dengan perolehan koefisien 0,319. Yang artinya hubungan Gratification Sought dan Gratification Obtained terdapat hubungan yang positif. Hasil uji kesenjangan Gratification sought dan Gratification obtained terdapat variabel Y yang memiliki skor tertinggi sebesar 335.6429, ini menyatakan bahwa akun instagram @uinjktoofficial mampu memberi kepuasan kepada mahasiswa. Deskripsi data responden responden tertinggi terdapat pada jenis kelamin perempuan sebesar 66 reponden dan laki-laki sebesar 34

responden uji validitas berdasarkan hasil uji validitas terdapat 28 item pertanyaan hasil reabilitas variabel x sebesar 0.911 dan y sebesar 0.901 lebih besar dari >0.06 .

BIBLIOGRAFI

- Nurhadi, Zikri Fachrul. 2017. *Teori Komunikasi Massa Kontemporer*. Depok : Kencana.
- Purnomo Setiady Akbar, Husaini Usman. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Romli, Khomsahrial. 2016. *Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Grasindo.
- Eura Intan Innova,. 2016. *Jurnal Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Johson & Yang. 2009. *Juornal Uses Gratifications of Twitter : An examination of user motives and satsaction of twitter use*. Boston: Syracuse University.
- Pavica Sheldon, Katherine Bryant. 2015. *Juornal Motives For Its Use And Relationship To Narcissim And Conextual Age*. Amerika, University Of Alabama Hunstsville.
- Mara Christyfera Fakoniko. 2016 *Jurnal Kepuasan Followers akun infia_fact Dalam Mendapatkan Informasi pada akun infia_fact di Instagram*. Surabaya: Universitas Kristen Petra