

# Analisis Perbedaan Konten Instagram *Flyer* Dan Video Dalam Memperoleh Informasi Tentang Bimbingan Belajar BTW Edutech

I Komang Kardiyasa<sup>1)</sup>, Ni Wayan Deriani<sup>2)</sup>, Riza Wulandari<sup>3)</sup>

Bisnis Digital<sup>1)</sup>, Sistem Informasi<sup>2),3)</sup>

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Denpasar, Indonesia

e-mail: [200050003@stikom-bali.ac.id](mailto:200050003@stikom-bali.ac.id), [deriani@stikom-bali.ac.id](mailto:deriani@stikom-bali.ac.id), [rizawulandari@stikom-bali.ac.id](mailto:rizawulandari@stikom-bali.ac.id)

## Abstrak

BTW Edutech merupakan salah satu perusahaan bimbingan belajar yang menawarkan berbagai layanan pendidikan, seperti les privat, kelas online, dan persiapan ujian. BTW Edutech memanfaatkan media sosial Instagram untuk melakukan publikasi dan promosi, namun yang menjadi pertanyaan ialah konten seperti apa yang disukai masyarakat dalam menyampaikan informasi. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan dalam penggunaan Konten *Flyer* (X1) dan Konten Video (X2) yang dapat diterapkan dalam Instagram @btwedutechofficial. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Regresi Linier Berganda dengan hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari Konten *Flyer* (X1) terhadap Tersampainya Informasi (Y), sedangkan Konten Video (X2) tidak signifikan. Sebanyak 86% dari 100% pengikut instagram @btwedutech memilih konten *flyer* lebih efektif dalam mendapatkan informasi dibandingkan dengan video. Dalam uji koefisien determinasi didapatkan hasil 39,9% yang dapat dijelaskan oleh pengaruh Konten *Flyer* dan Konten Video sedangkan sisanya 60,1% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis. Variabel 60,1% yang tidak diteliti oleh penulis ialah *influencer* dan *communication* yang dimana hal ini berdampak positif sesuai dengan penelitian terdahulu namun belum sepenuhnya dimaksimalkan oleh @btwedutechofficial.

**Kata Kunci:** Instagram, Konten *Flyer*, Konten Video

## 1. Pendahuluan

Era globalisasi digital saat ini dapat membantu kebutuhan manusia dari segala aspek, seperti halnya dalam mencari informasi yang sedang dibutuhkan, contohnya saat ajaran baru pembelajaran, para pelajar yang akan melanjutkan jenjang pendidikan ke tingkat yg lebih tinggi akan mencari informasi secara lengkap mengenai bimbingan belajar yang paling banyak digemari. Oleh karena itu bimbingan belajar memerlukan sosial media untuk menyampaikan informasi secara padat dan jelas[1]. Sosial media kini menjadi sarana atau aktivitas *digital marketing*, seperti blog sosial, majalah, foto atau gambar, dan video. Salah satu sosial media yang paling banyak digemari oleh remaja ialah Instagram[2]. Instagram merupakan salah satu *platform* sosial media terpopuler, telah menjadi sarana yang efektif untuk memperoleh informasi mengenai produk dan layanan.

BTW Edutech merupakan bimbingan belajar yang menawarkan berbagai layanan Pendidikan, seperti les privat, kelas online, dan persiapan ujian. BTW Edutech merupakan salah satu bimbingan belajar yang memanfaatkan media sosial salah satunya Instagram dalam menyebarluaskan informasi. Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial yang memiliki fungsi sebagai media dalam melakukan penyebaran informasi berupa foto maupun video singkat[3]. Dalam penyebaran informasi, penonton dapat memengaruhi secara signifikan apa yang dapat menarik perhatian dalam meningkatkan popularitas media sosial seperti Instagram BTW Edutech yang memanfaatkan konten *flyer* ataupun konten video.

Konten *flyer* merupakan konten yang didesain baik berisi foto, dan teks yang dirancang secara tepat dan efektif untuk menyampaikan pesan informatif kepada pembaca yang memiliki kelebihan seperti berisikan informasi yang lengkap, mudah untuk dilihat dimana saja dan bersifat digital[4]. Konten video merupakan salah satu jenis media audio visual dan dapat menggambarkan suatu objek yang bergerak dengan suara yang sesuai dengan isi gambar tersebut[5]. Peran video adalah sebagai penyaji informasi. Berdasarkan konten Instagram yang telah diunggah oleh BTW edutech, baik itu melalui konten *flyer* atau video masyarakat masih cenderung lebih banyak dalam berinteraksi melalui video dibandingkan dengan melihat *flyer*. Perbedaan dari konten Instagram *flyer* dan video mempengaruhi minat dan partisipasi dalam bimbingan belajar dalam mendapatkan suatu informasi tentang BTW Edutech melalui visual konten yang disampaikan.

Sehubungan dengan hal tersebut, pernah dilakukan sebuah penelitian dengan judul “ Analisis Desain Konten Instagram Sebagai Strategi Promosi @SAYURBOXBALI” oleh Ni Wayan Nandaryani, S.Sn., M.Sn, Ngurah Adhi Santosa, S.Sn., M.Sn, dan I Putu Dudyk Arya Putra, S.Sn., M.Sn tahun 2021 mengemukakan bahwa strategi promosi @sayurboxbali menggunakan konten Instagram yang variatif dan informatif sehingga tidak monoton dan dapat menarik minat audience[6]. Konten Instagram @sayurboxbali menggunakan desain yang menarik baik dari segi ilustrasi fotografi, tipografi, serta warna yang digunakan.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu serta permasalahan yang terjadi pada BTW Edutech, penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul “Analisis Perbedaan Konten Instagram Flyer Dan Video dalam Memperoleh Informasi Tentang Bimbingan Belajar Btw Edutech.” Tujuan akhir ini diharapkan membantu dalam pengembangan *best practies* dalam penyampaian informasi online melalui media social dan dapat membantu BTW Edutech dalam mengetahui konten Instagram yang lebih tepat disebar luaskan kepada masyarakat untuk dijadikan rekomendasi konten yang dapat diterapkan dalam Instagram @btwedutechofficial.

Penelitian dengan judul “Analisis Perbandingan Kualitas Informasi Dari Website dan Instagram Rupbasan Kelas I Denpasar” dilakukan untuk mengetahui perbandingan kualitas informasi yang diberikan oleh Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar dalam upayanya melibatkan pengawasan masyarakat (transparansi), dapat dipertanggungjawabkan akuntabilitasnya (akuntabel), serta menyebarkan informasinya.

## 2. Metode Penelitian

Metode penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan tipe pendekatan deskriptif diamati guna menemukan jawaban atas persoalan yang dibahas[7]. Variabel dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua yakni variabel bebas dengan notasi X yakni konten Instagram flyer (X1) dan konten Instagram video (X2) dan variabel terikat dengan notasi Y yakni Media Informasi (Y). Jumlah sampel dalam penelitian ini ialah 100 responden dengan menggunakan teknik simple random sampling[8].

### 2.1 Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Adapun metode yang digunakan dalam SPSS yaitu *Metode Corrected-Total Item Correlation*. Adapun kaidah perhitungannya, jika nilai terhitung lebih besar dari nilai table atau nilai r terhitung > nilai table, maka valid, sebaliknya jika a nilai hitung lebih kecil dari nilai r table atau r nilai hitung < nilai r table, maka item tersebut adalah tidak valid.

#### 2. Uji Realibilitas

Dalam penelitian ini menguji realibilitras instrument melalui teknik *cronbach's alpha*.

### 2.2. Uji Asumsi Klasik

Adapun uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini ialah sebagai berikut.

1. Uji Normalitas
2. Uji Multikolinearitas

### 2.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Model analisis regresi linier berganda mengasumsikan bahwa adanya hubungan antar satu garis linier antara variabel dependen dengan tiap masing-masing prediktornya. Secara umum, persamaan regresi berbentuk sebagai berikut[12].

$$Y = a + b_1 \cdot x_1 + b_2 \cdot x_2 + \dots b_n \cdot x_n \dots \text{(Persamaan Regresi Linier Berganda)}$$

### 2.4. Uji Hipotesis

#### 1. Uji t

Adapun kriteria dari uji t sebagai berikut[9].

1. Ho diterima bila Signifikansi >0,05,
2. Ho ditolak bila signifikansi <0,05,

#### 2. Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)

Analisis uji koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh. Berikut merupakan rumus dari uji koefisien determinasi[10].

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1 Uji Validitas

Berdasarkan dengan penentuan r-tabel menggunakan *Degree of Freedom* atau derajat kebebasan dengan total responden sebanyak  $100 - 2 = 98$  pada taraf signifikan 0,01 (*Two-Tail Test*) yaitu sebesar 0,2565.

Tabel 1 Uji Validitas Instrumen

Variabel	No. Item	r-tabel	r-hitung	keterangan
Konten Instagram Flyer (X1)	X1.1	0,256	0,817	Valid
	X1.2	0,256	0,877	Valid
	X1.3	0,256	0,842	Valid
	X1.4	0,256	0,856	Valid
	X1.5	0,256	0,853	Valid
	X1.6	0,256	0,865	Valid
Konten Instagram Video(X2)	X2.1	0,256	0,837	Valid
	X2.2	0,256	0,831	Valid
	X2.3	0,256	0,861	Valid
	X2.4	0,256	0,852	Valid
	X2.5	0,256	0,854	Valid
	X2.6	0,256	0,791	Valid
Tersampainya Informasi (Y)	Y.1	0,256	0,789	Valid
	Y.2	0,256	0,879	Valid
	Y.3	0,256	0,826	Valid
	Y.4	0,256	0,864	Valid

### 3.2 Uji Realibilitas

Dalam penelitian ini menguji realibilitras instrument, penulis menggunakan bantuan SPSS melalui teknik *cronbach's alpha*. Adapun hasilnya ialah sebagai berikut.

Tabel 2 Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Cut-Off	Keterangan
Konten Instagram Flyer (X1)	0,924	0,7	RELIABEL
Konten Instagram Video (X2)	0,915	0,7	RELIABEL
Tersampainya Informasi (Y)	0,859	0,7	RELIABEL

### 3.3 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan nilai signifikansi pada kolom Kolmogorov-smirnov. Teknik analisisnya sebagai berikut.

Tabel 3. Uji Asumsi Klasik

N	Nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Nilai Exact Sig. (2-tailed)	Keterangan
100	0,000	0,058	Data berdistribusi normal

Pada Uji Normalitas yang dilakukan didapatkan hasil signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dilakukannya Exact Data selama 5 menit untuk mengetahui perubahan distribusi data, setelah dilakukannya Exact Data dapat dilihat bahwa hasil yang didapatkan sebesar 0,058 > 0,05. Berdasarkan dengan uji tersebut maka dapat diketahui bahwa data pada penelitian kali ini berdistribusi secara normal.

#### 2. Uji Multikolinearitas

Pada Pengujian, untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas dalam regresi dapat dilihat dari besaran VIF (Variance Infalition Factor) dan tolerance. Jika VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0,1.

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.701	1.497			
	X1	.548	.077	.679	.673	1.485
	X2	-.060	.081	-.071	.673	1.485

Hasil Uji yang dilakukan dengan menggunakan Collinearity Statistics dengan melihat nilai Tolerance dan VIF yang dihasilkan. Dapat dilihat pada tabel di atas dengan nilai Tolerance diperoleh Variabel Konten Instagram Flyer (X1) dan Variabel Konten Instagram Video (X2) yaitu sebesar 0,673 lebih besar dari pada 0,1 dan nilai VIF yang diperoleh Variabel Konten Instagram Flyer (X1) dan Variabel

Konten Instagram Video (X2) sebesar 1,485 lebih kecil dari pada 10. Berdasarkan dengan kriteria pengambilan keputusan yang telah ditetapkan maka, pada penelitian kali ini anat variabel independen atau Variabel Konten Instagram Flyer (X1) dan Variabel Konten Instagram Video (X2) tidak memiliki korelasi atau terbebas dari multikolinieritas.

### 3.4 Regresi Linier Berganda

Berikut merupakan hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda yang telah dilakukan untuk mengetahui hubungan antara Variabel Konten Instagram Flyer (X1) dan Konten Instagram Video (X2) terhadap Tersampainya Informasi (Y) pada penelitian kali ini yaitu:

Tabel 5. Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.701	1.497		1.804	.074
	X1	.548	.077	.679	7.157	.000
	X2	-.060	.081	-.071	-.746	.457

Berdasarkan pada tabel di atas, Uji Analisis Regresi Linier Berganda yang telah dilakukan mendapatkan hasil persamaan sebagai berikut:

$$Y = 2,701 + 0,548x_1 - 0,060x_2$$

### 3.5. Uji Hipotesis

#### 1. Uji- T

Uji t memiliki tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh signifikan dari model regresi variabel independent terhadap variabel dependen.

Tabel 6. Hasil uji-t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.701	1.497		1.804	.074
	X1	.548	.077	.679	7.157	.000
	X2	-.060	.081	-.071	-.746	.457

Berdasarkan nilai signifikansi uji T pada tabel di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

#### 1. Pengujian Variabel Konten Instagram Flyer (X1) Terhadap Variabel Tersampainya Informasi.

Variabel Konten *Instagram Flyer (X1)* memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,457 > 0,05$ . sehingga dapat diketahui bahwa Variabel Konten *Instagram Flyer (X1)* berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel Tersampainya Informasi di *Instagram* BTW Edutech. Dengan pengujian yang menggunakan segi t hitung menggunakan tingkat signifikan sebesar  $\alpha = 0,05$  dengan derajat kebebasan  $df (n - k - 1) = 100 - 2 - 1 = 97$  diperoleh t tabel ialah 1.984 dan t hitung sebesar 7,157. Dengan demikian t hitung lebih besar dari nilai t tabel ( $7,157 > 1,984$ ). Maka dari itu terdapat pengaruh variabel konten Instagram Flyer terhadap Variabel Tersampainya Informasi di Instagram BTW Edutech.

#### 2. Pengujian Variabel Konten Instagram Video (X2) Terhadap Variabel Tersampainya Informasi.

Variabel Konten *Instagram Video (X2)* memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwasannya Variabel *Instagram Video (X2)* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel Tersampainya Informasi di *Instagram* BTW Edutech. Dengan pengujian yang menggunakan segi t hitung menggunakan tingkat signifikan sebesar  $\alpha = 0,05$  dengan derajat kebebasan  $df (n - k - 1) = 100 - 2 - 1 = 97$  diperoleh t tabel ialah 1.984 dan t hitung sebesar -0,746. Dengan demikian t hitung lebih kecil dari nilai t tabel ( $-0,746 < 1,984$ ). Maka dari itu tidak terdapat pengaruh dari Variabel Konten Instagram Video terhadap Variabel Tersampainya Informasi di Instagram BTW Edutech.

#### 2. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi merupakan uji hipotesis untuk melihat seberapa besar presentase pengaruh perubahan variabel independen yang digunakan dalam model pengujian yang dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen.

Tabel 7. Hasil uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.641 <sup>a</sup>	0.411	0.399	1.729
a. Predictors: (Constant), X2, X1				

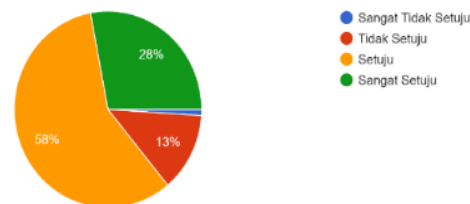
Berdasarkan dari hasil tabel diatas mengenai hasil pengujian koefisien determinasi, besarnya koefisien determinasi dapat dilihat pada kolom Adjusted R Square yaitu sebesar 0,399. Hal ini menunjukkan bahwasanya besarnya variasi yang diberikan oleh variabel independen secara bersamaan yaitu variabel konten flyer Instagram (X1) dan variabel konten video Instagram (X2) terhadap variabel dependen Tersampainya Informasi (Y) sebesar 39,9% sedangkan 60,1% ( $100\% - 39,9\% = 60,1\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang membahas mengenai variabel dalam peningkatan konten media sosial dalam kebutuhan informasi dapat dipengaruhi oleh *influencer collaboration*, *caption*, serta interaksi *communication*[15].

### 3.6. Pembahasan

#### 1. Pengukuran perbedaan konten antara flyer dan video di platform Instagram

Pemanfaatan konten flyer lebih efektif dibandingkan video dalam memberikan informasi tentang fungsi dan kelebihan bimbingan belajar BTW Edutech  
100 jawaban



**Gambar 1.** Perbandingan Konten Flyer dan Video

Sebanyak 86 responden dari 100 responden yang telah mengisi kuesioner menyetujui bahwa penggunaan konten dalam bentuk Flyer lebih efektif dalam memberikan informasi mengenai fungsi dan keunggulan yang dimiliki oleh bimbingan belajar BTW Edutech. Sedangkan 14 lainnya lebih memilih bahwa konten video lebih efektif digunakan dalam memberikan informasi mengenai fungsi dan kelebihan bimbingan belajar BTW Edutech.

#### 2. Pengaruh konten Instagram video dan flyer terhadap perilaku konsumen

Proses olah data dan analisis data yang telah dilakukan mendapatkan hasil bahwasannya Variabel Konten Instagram Flyer (X1) berpengaruh secara positif signifikan terhadap Variabel Tersampainya Informasi di Instagram BTW Edutech. adapun besaran nilai koefisien regresinya yaitu sebesar 0,548 dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal tersebut berarti Konten Instagram yang dihadirkan oleh BTW Edutech dalam bentuk Flyer mampu membuat konsumen lebih tertarik dan mendapatkan informasi yang disampaikan dapat baik. Sedangkan, Variabel Instagram Video (X2) berpengaruh secara negatif tidak signifikan terhadap Variabel Tersampainya Informasi di Instagram BTW Edutech. Berdasarkan dengan hasil tersebut dapat membuktikan bahwa konten yang di hadirkan dalam bentuk video oleh Instagram milik BTW Edutech belum mampu menyampaikan informasi dengan baik dan belum mampu menarik bagi konsumen.

### 4. Kesimpulan

Berdasarkan dengan hasil penelitian yang telah didapatkan, maka kesimpulan yang dapat diperoleh dalam penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

1. Konten dalam bentuk *Flyer* yang dihadirkan oleh *Instagram* akun milik BTW Edutech lebih menarik, informasi mudah dimengerti, serta *Audience* lebih mudah menerima informasi tentang fungsi, fasilitas dan kelebihan Bimbingan Belajar BTW Edutech dibandingkan melalui konten yang dihadirkan dalam bentuk Video.

2. Pada unggahan konten Instagram BTW Edutech dalam bentuk Flyer memiliki pengaruh positif yang signifikan atau dapat diartikan adanya pengaruh dalam menggunakan konten Flyer bagi audience dalam menerima informasi yang disampaikan oleh BTW Edutech.
3. Pada unggahan konten Instagram BTW Edutech dalam bentuk Video tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Tersampainya Informasi, hal ini dikarenakan audience kurang menyukai informasi yang disampaikan oleh BTW Edutech dalam menyampaikan informasi.

#### Daftar Pustaka

- [1] R. Fatma Dewi, “Pengaruh Layanan Bimbingan Belajar Dengan Sosial Media Tiktok Terhadap Motivasi Belajar Peserta Didik Di Mts Bandar Lampung,” Universitas Islam Negeri, 2022.
- [2] P. D. Prayoga Dan V. P. Damaiyanti, “Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Tingkat Alienasi Mahasiswi Fisip Universitas Lambung Mangkurat,” *Huma J. Sociol.*, Vol. 1, No. 2 Se-Articles, Hal. 90–102, 2023, [Daring]. Tersedia Pada: <https://Ppis.Ulm.Ac.Id/Index.Php/Jh/Article/View/9>
- [3] A. Nugeraha, A. Karim, Dan Nurliah, “Analisis Fungsi Instagram Sebagai Media Penyebar Informasi Kriminal Di Kota Samarinda,” *J. Ilmu Komun. Unmul*, Vol. 1, No. 1, Hal. 1–15, 2020, [Daring]. Tersedia Pada: [http://Ejournal.Iikom.Fisip-Unmul.Ac.Id/Site/Wp-Content/Uploads/2020/12/01\\_Format\\_Artikel\\_Ejournal\\_Mulai\\_Hlm\\_Ganjil\\_\(12-15-20-01-09-02\).Pdf](http://Ejournal.Iikom.Fisip-Unmul.Ac.Id/Site/Wp-Content/Uploads/2020/12/01_Format_Artikel_Ejournal_Mulai_Hlm_Ganjil_(12-15-20-01-09-02).Pdf)
- [4] R. A. Putri Dan S. B. Sembiring, “Implementation Of Desktop Publishing Application For Flyer And Business Card Design With Participatory Action Research ( Par ) Method,” *J. Iptek Bagi Masy.*, Vol. 1, No. 1, Hal. 1–7, 2021.
- [5] F. Yuanta, “Pengembangan Media Video Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Pada Siswa Sekolah Dasar,” *Trapsila J. Pendidik. Dasar*, Vol. 1, No. 02, Hal. 91, 2020, Doi: 10.30742/Tpd.V1i02.816.
- [6] N. W. Nandaryani, N. A. Santosa, Dan I. P. D. A. Putra, “Analisis Desain Konten Instagram Sebagai Strategi Promosi @ Sayurboxbali,” *Senada*, Vol. 4, Hal. 407–415, 2021.
- [7] Z. Afif, D. S. Azhari, M. Kustati, Dan N. Sepriyanti, “Penelitian Ilmiah ( Kuantitatif ) Beserta Paradigma , Pendekatan , Asumsi Dasar, Karakteristik, Metode Analisis Data Dan Outputnya,” *Innov. J. Soc. Sci. Res.*, Vol. 3, No. 3, Hal. 682–693, 2023, [Daring]. Tersedia Pada: <https://J-Innovative.Org/Index.Php/Innovative%0apenelitian>
- [8] E. Triandini, I. G. N. S. Wijaya, R. Wulandari, N. W. C. A. Pratami, I. K. P. Suniantara, Dan C. Ahmadi, “Identifying Messenger Platform Preferences Using Multiple Linear Regression And Conjoint Analyses,” *J. Inf. Syst. Eng. Bus. Intell.*, Vol. 8, No. 2, Hal. 119–129, 2022, Doi: 10.20473/Jisebi.8.2.119-129.
- [9] A. Heryana, “Penelitian Hipotesis,” Hal. 16, 2020, Doi: <http://Dx.Doi.Org/10.13140/Rg.2.2.11440.17927>.
- [10] H. Ahyar, *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. 2020.
- [11] N. Puspita Sari Dan N. Rina, “Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @Laakfkb Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Akhir Fkb,” Vol. 10, No. 3, 2022.