

## Pengaruh Terpaan Konten Instagram terhadap Kesadaran dan Pemahaman Generasi Z tentang Diabetes

Olivia Widjaja<sup>1</sup>, Doddy Salman<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email: olivia.915210062@stu.untar.ac.id

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta\*

Email: doddys@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 20-12-2024, revisi tanggal : 25-01-2025, diterima untuk diterbitkan tanggal : 21-02-2025

---

### **Abstract**

*The improvement of digital technology has changed the way Generation Z gets to data, including health data such as diabetes. Social media is now an effective platform in delivering health messages through informative, interesting and accessible content. This study analyzes the influence of Narasi Daily content on Instagram Narasi Newsroom on Generation Z's perceptions by paying attention to awareness, understanding and information seeking actions. The cognitive response theory approach was used to explore the thoughts, evaluations and attitudes of Gen Z formed through exposure to social media content. This research uses quantitative approach with information collection strategy by conducting survey to 100 respondents who are Instagram users and have seen Narasi Daily content substance around diabetes. The information gotten is processed utilizing validity, reliability, normality, coefficient of determination and t-test. The comes about appeared that Narasi Daily's content encompasses a noteworthy impact on Era Z's recognition. The content studied succeeded in increasing Generation Z's awareness of the importance of a healthy lifestyle and deepening the audience's understanding of diabetes.*

**Keywords:** cognitive response, generation z, perception, social media

### **Abstrak**

Peningkatan teknologi digital telah mengubah cara Generasi Z mendapatkan data, termasuk data kesehatan seperti diabetes. Media sosial kini menjadi platform efektif dalam menyampaikan pesan kesehatan melalui konten yang informatif, menarik dan mudah diakses. Penelitian ini menganalisis pengaruh konten Narasi Daily di Instagram Narasi Newsroom terhadap persepsi Generasi Z dengan memperhatikan pada kesadaran, pemahaman dan tindakan pencarian informasi. Pendekatan teori respons kognitif digunakan untuk mengeksplorasi pikiran, evaluasi dan sikap Gen Z terbentuk melalui terpaan konten media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan strategi pengumpulan informasi melalui survei kepada 100 responden yang merupakan pengguna Instagram dan pernah melihat konten Narasi Daily seputar diabetes. Informasi yang didapat diolah dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji koefisien determinasi dan uji t. Hasilnya menunjukkan bahwa konten Narasi Daily memiliki dampak yang signifikan terhadap pengenalan Era Z. Konten yang diteliti berhasil meningkatkan kesadaran Generasi Z mengenai pentingnya pola hidup sehat dan memperdalam pemahaman audiens terhadap diabetes.

**Kata Kunci:** generasi z, media sosial, persepsi, respons kognitif

## 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mempengaruhi terhadap cara audiens mengakses dan membagikan informasi. Media sosial kini menjadi salah satu platform utama dalam penyampaian informasi, termasuk informasi kesehatan. Jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia terus meningkat hingga mencapai 185,3 juta pada Januari 2024 (Kemp, 2024). Dengan pertumbuhan ini, Media sosial memiliki potensi besar untuk mempengaruhi opini publik, terutama generasi muda yang dikenal sebagai Generasi Z (Gen Z).

Generasi Z dengan tahun kelahiran antara 1997 sampai dengan 2012 merupakan generasi *digital native* yang mahir dalam menggunakan teknologi dan bergantung pada media sosial, seperti Instagram untuk memperoleh informasi (Manggopa et al., 2023). Dengan konten visual seperti foto, video dan stories pada Instagram menjadi salah satu platform populer bagi Gen Z untuk mendapatkan informasi tentang gaya hidup dan kesehatan. Salah satu media digital yang memanfaatkan Instagram dalam menyampaikan informasi kesehatan adalah Narasi Newsroom melalui program Narasi Daily.

Narasi Newsroom merupakan salah satu saluran digital program yang dimiliki oleh Narasi.tv. Najwa Shihab, Dahlia Citra dan Catharina Davy mengembangkan Narasi sebagai kontribusi dalam membentuk Indonesia yang lebih baik. Sejak Agustus 2021, Narasi Newsroom secara aktif menyajikan berbagai konten berita lewat fitur Instagram Reels. Akun ini per September 2024 memiliki 1,6 juta pengikut yang mayoritas berasal dari kelompok usia 18-34 tahun. Narasi Newsroom secara berkala menghadirkan konten berita di Instagram Reels dengan menggunakan tagar #NarasiDaily dan #JadiPaham sebagai bagian dari kampanye komunikasi publik Narasi TV (Salsabila et al., 2023). Narasi Newsroom menjadi media digital yang aktif di Instagram untuk memberikan informasi menarik mengenai berbagai topik yang relevan, termasuk kesehatan.

Diabetes menjadi salah satu isu kesehatan yang relevan dengan Gen Z, mengingat tren gaya hidup modern yang tidak sehat selama ini. Informasi mengenai diabetes yang disajikan dalam bentuk konten yang menarik dan mudah dipahami di media sosial, seperti yang dilakukan oleh Narasi Daily memiliki potensi untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman Gen Z mengenai diabetes. Komunikasi berperan penting dalam membangun interaksi dan menyampaikan pesan edukatif yang mempengaruhi pemahaman serta perilaku audiens (Mahadi, 2021).

Konten Narasi Daily di Instagram menjadi sumber informasi kesehatan yang kredibel bagi Generasi Z dengan menekankan pada kesadaran, pemahaman dan tindakan pencarian informasi. Dengan mengukur sejauh mana konten mempengaruhi perhatian Gen Z terhadap kesehatan, pemahaman mengenai diabetes, dan dorongan untuk mencari informasi lebih lanjut. Konten yang informatif dan emosional dapat mempengaruhi sikap serta perilaku Gen Z terhadap isu kesehatan. Semakin banyak informasi yang diperoleh, semakin tinggi peluang audiens untuk mengadopsi perilaku pencegahan diabetes. Penyajian konten yang kredibel, menarik dan relevan sangat penting untuk meningkatkan literasi kesehatan di kalangan Generasi Z.

Persepsi Generasi Z terhadap diabetes berperan dalam Upaya pencegahan dan pengelolaan penyakit ini. Dengan pemahaman yang baik, stigma mengenai diabetes dapat dikurangi dan motivasi untuk mencari informasi lebih lanjut dapat meningkat. Penelitian ini menggunakan teori respons kognitif yang terdiri dari tiga kategori, yaitu pikiran kognitif (reaksi awal terhadap konten), evaluasi konten (penilaian

konten), dan sikap Gen Z terhadap diabetes (pandangan tentang keseriusan masalah). Hasilnya diharapkan dapat menunjukkan peran penting konten Narasi Daily dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman Generasi Z terkait isu kesehatan ini.

Dalam teori respons kognitif, audiens memproses informasi yang diterima kemudian mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang ketika terpapar oleh pesan komunikasi. Hal ini menunjukkan bahwa pikiran-pikiran yang muncul mencerminkan proses kognitif penerima pesan dan berperan penting dalam membentuk penerimaan atau penolakan terhadap pesan yang disampaikan. Anggapan teori ini adalah menentukan jenis respons yang dipicu oleh pesan iklan dan bagaimana respons tersebut berhubungan dengan sikap, dapat berupa pertanyaan atau kesan yang muncul ketika individu menganalisis informasi. Selain itu, respons kognitif juga berperan dalam membentuk niat individu untuk bertindak atas isu yang disampaikan dalam komunikasi. Teori ini menjadi dasar dalam memahami bagaimana terpaan konten informatif di media sosial dapat mempengaruhi persepsi dan keputusan audiens terhadap isu tertentu, termasuk dalam isu kesehatan seperti diabetes.

Penelitian-penelitian terdahulu memberikan kontribusi penting dalam memahami pengaruh media sosial terhadap persepsi publik dan perilaku audiens, namun masih terdapat celah yang belum dibahas. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Estrella & Rusdi (2022) menjelaskan konsumsi berita daring secara umum, sementara penelitian penulis menyoroti platform Instagram secara spesifik. Penelitian oleh Fajarrizka (2024) membahas pengaruh konten *soft selling* terhadap minat beli, berbeda dengan penelitian penulis yang menghubungkan dengan persepsi kesehatan audiens.

Berdasarkan celah penelitian terdahulu, penulis melakukan studi untuk menganalisis dampak konten informatif pada Instagram Narasi Daily terhadap pandangan Generasi Z mengenai diabetes. Penelitian penulis membahas aspek yang belum terjangkau oleh penelitian sebelumnya, khususnya pada konten edukatif kesehatan. Fokusnya adalah memahami bagaimana media sosial dapat membentuk persepsi kesehatan generasi muda. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam kajian media sosial dalam membentuk persepsi kesehatan.

Meskipun informasi kesehatan yang tersedia secara luas di media sosial, penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh konten media sosial terhadap persepsi Generasi Z, khususnya mengenai diabetes masih terbatas. Penelitian yang dilakukan penulis ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh konten Narasi Daily di Instagram Narasi Newsroom terhadap persepsi Gen Z mengenai diabetes. Penelitian ini menggunakan pendekatan teori respons kognitif untuk memahami bagaimana audiens memproses informasi yang diterima melalui media sosial.

## 2. Metode Penelitian

Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif melalui metode penelitian survei yang bertujuan untuk menguji hipotesis terkait hubungan antara variabel bebas dan terikat yang diteliti. Variabel yang tidak terikat dalam studi ini adalah pengaruh konten berita Narasi Daily mengenai diabetes, sedangkan variabel dependennya adalah persepsi Generasi Z. Peneliti menggunakan metode survei dengan mengumpulkan data kuesioner yang disebar secara daring. Responden yang terlibat adalah Generasi Z yang aktif menggunakan Instagram dan melihat konten Narasi Newsroom mengenai diabetes. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode

*purposive sampling* yang telah ditentukan kriteria usia antara 18 sampai 27 tahun, mengikuti akun Instagram Narasi Newsroom dan telah mengakses konten terkait diabetes yang dipublikasikan dalam program Narasi Daily.

Pada periode September 2024, jumlah pengikut Instagram Narasi Newsroom mencapai 1,6 juta akun. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah *nonprobability sampling* melalui metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah teknik pengumpulan sampel dari populasi yang didasarkan pada beberapa kriteria tertentu yang ditentukan oleh peneliti (Ani et al., 2021). Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang terbagi menjadi tiga bagian utama yaitu demografi responden, pengaruh konten berita dan persepsi audiens Generasi Z setelah mengakses konten Narasi Daily. Setiap butir dalam kuesioner dinilai menggunakan skala *Likert* dengan kategori bobot mulai dari nilai lima sangat setuju sampai dengan nilai satu sangat tidak setuju. Skala *Likert* diterapkan untuk menilai tingkat kesadaran, pemahaman dan tindakan pencarian informasi yang dilakukan responden terkait dengan konten yang diakses yaitu diabetes.

Peneliti menerapkan rumus Slovin untuk menetapkan jumlah sampel yang diambil dari populasi yang diteliti. Melalui temuan perhitungan dengan rumus Slovin menghasilkan 99,99 sehingga dibulatkan menjadi 100 responden. Setelah semua data terkumpul, peneliti menganalisisnya dengan menggunakan perangkat lunak IBM *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) Statistics* versi 30. Hasil analisis kemudian diuji untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh signifikan antara konten Narasi Daily terhadap perubahan persepsi Generasi Z mengenai diabetes.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan:

- a) Uji validitas adalah pengujian evaluasi yang digunakan untuk menentukan seberapa baik suatu instrumen dalam mengumpulkan data (Janna & Herianto, 2021).
- b) Uji reliabilitas mengukur sejauh mana konsistensi suatu variabel yang digunakan dan jika pengukuran belum konsisten maka perlu diulang (Darma, 2021).
- c) Uji normalitas digunakan untuk memverifikasi apakah data yang dianalisis dari hasil penelitian memiliki distribusi normal atau tidak (Fitri et al., 2023). Dalam pengujian normalitas, sebuah variabel dikatakan normal apabila nilai tingkat signifikansi melebihi 0,05, dan dianggap tidak berdistribusi normal jika di bawah 0,05. Uji ini dilakukan dengan memanfaatkan histogram, normal P-P plot, serta pengujian Kolmogorov-Smirnov sampel.
- d) Uji koefisien determinasi diterapkan untuk menentukan seberapa besar variabel independen memberikan kontribusi terhadap variabel dependen.
- e) Uji T bertujuan untuk mengevaluasi apakah ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual (Fitri et al., 2023). Kriterianya jika *Sig.* lebih besar dari 0,05, maka H1 ditolak, sehingga tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Apabila nilai *Sig.* kurang dari 0,05, maka H1 diterima yang menunjukkan adanya pengaruh antara variabel X dan variabel Y.

### 3. Hasil Temuan dan Diskusi

Penelitian ini memanfaatkan dua variabel, yaitu variabel Z (pengaruh konten berita Narasi Daily) sebagai variabel independen dan variabel Y (persepsi Generasi

Z) sebagai variabel dependen. Variabel X dalam studi ini adalah pengaruh konten berita Narasi Daily yang diukur melalui 9 item pernyataan. Sementara itu, variabel Y merupakan persepsi Generasi Z yang diukur melalui 6 item pernyataan. Pernyataan-pernyataan dalam kuesioner yang dinilai valid selanjutnya disebarluaskan kepada 100 responden. Hasil respon diproses dengan menggunakan analisis SPSS versi 30. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami pengaruh variabel independen pada variabel dependen.

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Indikator	<i>Pearson Correlation</i> r hitung	Keterangan
Konten Berita (X)	Indikator 1	0,471	Valid
	Indikator 2	0,418	Valid
	Indikator 3	0,451	Valid
	Indikator 4	0,665	Valid
	Indikator 5	0,651	Valid
	Indikator 6	0,450	Valid
	Indikator 7	0,718	Valid
	Indikator 8	0,412	Valid
	Indikator 9	0,545	Valid
Persepsi Gen Z (Y)	Indikator 1	0,675	Valid
	Indikator 2	0,651	Valid
	Indikator 3	0,565	Valid
	Indikator 4	0,768	Valid
	Indikator 5	0,613	Valid
	Indikator 6	0,731	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 1, hasil dari uji validitas menandakan bahwa seluruh butir instrumen pada variabel pengaruh konten Narasi Daily (X) dan variabel persepsi Generasi Z (Y) dinyatakan valid. Hasil ini mengindikasikan bahwa nilai r hitung untuk setiap variabel melebihi r tabel yang bernilai 0,361. Pernyataan dalam kuesioner yang dipakai penulis sudah sesuai digunakan untuk mengukur pengaruh konten Narasi Daily terhadap persepsi Generasi Z.

**Tabel 2.** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Konten Berita (X)	0,760	Reliabel
Persepsi Gen Z (Y)	0,834	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti (2024)

Dalam pengujian reliabilitas terdapat kriteria yang digunakan (Darma, 2021) yaitu *Cronbach's Alpha* dengan nilai lebih dari 0,60. Melalui pengujian reliabilitas, hasil analisis mengindikasikan bahwa kedua variabel yang diteliti adalah reliabel. Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel X adalah 0,760 dan untuk variabel Y adalah 0,834. Dari kedua nilai tersebut memiliki nilai lebih dari 0,60. Dilihat dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa pernyataan

dalam kuesioner dapat diterapkan lebih dari sekali pada responden yang memiliki kriteria yang serupa.

Uji normalitas dalam penelitian dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dilaksanakan dengan memanfaatkan metode histogram, plot normal P-P dan uji Kolmogorov-Smirnov sampel. Hasil dari uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan adanya nilai signifikansi sebesar 0,121. Hasil ini menunjukkan bahwa data yang digunakan memiliki distribusi normal karena nilai *Sig.* lebih tinggi dari 0,05.

Pengujian koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana peranan variabel konten Narasi Daily mampu menjelaskan variabel persepsi Generasi Z mengenai diabetes. Hasil analisis koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,314 menunjukkan bahwa terpaan konten Narasi Daily mampu menjelaskan 31,4% ( $0,314 \times 100\%$ ) pengaruh terhadap persepsi Generasi Z tentang diabetes. Sekitar 68,6% variabel lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar studi ini. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun konten Narasi Daily berperan signifikan dalam membentuk persepsi Gen Z, terdapat faktor lain yang mempengaruhi pandangan audiens terhadap isu diabetes yang perlu dieksplorasi lebih lanjut.

Uji parsial bertujuan untuk menunjukkan apakah hipotesis diterima atau ditolak. Untuk menjawab pernyataan mengenai pengaruh konten Narasi Daily mengenai diabetes terhadap persepsi Generasi Z, hasil uji parsial menunjukkan bahwa nilai *t* hitung 6,809 melebihi *t* tabel 1,984. Diketahui nilai signifikansi yang kurang dari 0,001 yang juga lebih kecil daripada 0,05 menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (*H1*) diterima, sementara hipotesis nol (*H0*) ditolak. Ini menunjukkan bahwa variabel konten Narasi Daily (*X*) secara signifikan mempengaruhi variabel persepsi Generasi Z (*Y*).

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa konten Narasi Daily di Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi Generasi Z mengenai diabetes. Temuan ini sejalan dengan penelitian Fajarrizka (2024), yang menyoroti peran platform media digital dalam membentuk kesadaran audiens, terutama generasi muda. Menurut Fajarrizka, konten visual yang konsisten dan relevan secara efektif dapat meningkatkan pemahaman audiens terhadap isu kesehatan. Hal serupa terlihat pada efektivitas konten Narasi Daily dalam menarik perhatian dan membangun kesadaran Generasi Z.

Hasil penelitian juga sejalan dengan studi Estrella dan Rusdi (2022) yang mengidentifikasi bahwa persepsi Generasi Z sangat dipengaruhi oleh kualitas dan keterkaitan topik dengan minat audiens. Penelitian Estrella dan Rusdi menyoroti bahwa narasi yang relevan mampu menciptakan keterhubungan emosional yang memperkuat dampak informasi pada audiens. Hal serupa ditemukan dalam penelitian ini, konten Narasi Daily menyajikan informasi yang kontekstual dan relevan dengan gaya hidup Generasi Z, sehingga efektif membentuk persepsi audiens mengenai diabetes. Penelitian ini mempertegas temuan Fajarrizka dan Estrella sekaligus memperkaya literatur ilmiah mengenai peran media sosial sebagai medium edukasi kesehatan yang strategis bagi audiens muda.

#### 4. Simpulan

Perkembangan teknologi digital telah mempengaruhi cara Generasi Z mengakses informasi, terutama melalui media sosial dan platform daring lainnya. Generasi Z tidak lagi mengandalkan media konvensional seperti surat kabar dan

majalah, tetapi memilih mengakses berita yang lebih cepat dan fleksibel. Media digital termasuk platform seperti Instagram berperan penting dalam menyajikan berita yang aktual dan menarik sesuai dengan kebutuhan dan minat Generasi Z yang beragam. Media sosial menjadi saluran utama untuk menyampaikan berbagai informasi, termasuk topik kesehatan yang relevan bagi audiens muda.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa konten Narasi Daily di Instagram Narasi Newsroom memiliki pengaruh positif terhadap persepsi Generasi Z mengenai diabetes. Konten Narasi Daily efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman audiens mengenai diabetes. Namun, dalam mendorong perubahan perilaku audiens yang lebih signifikan, diperlukan pendekatan yang lebih intensif dan berkelanjutan, seperti kampanye yang lebih interaktif dan berbasis data. Konten edukatif di platform media sosial dapat berfungsi sebagai alat yang efektif untuk menyampaikan informasi kesehatan terutama kepada generasi muda. Narasi Newsroom dapat memperkuat dampak dari kampanye tersebut dengan memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan audiens melalui berbagai bentuk konten yang inovatif.

Temuan ini mengkonfirmasi pentingnya pemahaman tentang kebutuhan informasi dan preferensi media di kalangan Generasi Z yang dapat digunakan oleh penyedia konten untuk meningkatkan kualitas dan relevansi berita yang disajikan. Studi ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang perilaku konsumsi media oleh Generasi Z serta pengaruhnya terhadap pola penyebaran informasi di era digital. Dalam menjawab ada tidaknya pengaruh konten berita Narasi Daily mengenai diabetes terhadap persepsi Generasi Z, uji statistik menunjukkan bahwa  $t$  hitung yaitu 6,809 melebihi  $t$  tabel 1,984. Diketahui nilai Sig. yang di bawah 0,001 lebih kecil dari 0,05 menunjukkan  $H_1$  diterima sedangkan  $H_0$  ditolak.

Temuan penelitian mengindikasikan bahwa konten Narasi Daily memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi Generasi Z mengenai diabetes, mencakup kesadaran, pemahaman dan tindakan pencarian informasi. Konten Narasi Daily meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya pola hidup sehat serta memperdalam pemahaman terkait diabetes melalui penyajian yang relevan dan informatif. Perubahan perilaku preventif pada dimensi tindakan masih memerlukan penguatan komunikasi yang lebih intensif dan berkelanjutan. Melalui teori respons kognitif, penelitian ini menunjukkan bahwa konten media sosial yang informatif dapat mempengaruhi pola pikir, evaluasi dan sikap audiens terhadap isu kesehatan.

## 5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti menyampaikan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, responden dan seluruh pihak yang terlibat dalam penelitian ini sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

## 6. Daftar Pustaka

Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado. *663 Jurnal EMBA*, 9(2), 667. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/38284/34957>

- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)* (p. 7). Guepedia.com. <https://books.google.co.id/books?id=acpLEAAAQBAJ&printsec=frontcover>
- Estrella, N., & Rusdi, F. (2022). Pengaruh Minat Pembaca Media Online Tempo.Co terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada Generasi Z. *Koneksi*, 6, 409.
- Fajarrizka, K., Rumawan Erlandia, D., & Octavianti, M. (2024). Pengaruh Terpaan Konten Soft Selling Instagram @Pigijo\_ Terhadap Minat Beli Followers. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 1, 1–5. <https://doi.org/https://doi.org/10.62017/arima>
- Fitri, A., Rahim, R., Nurhayati, Pagiling, A. S. L., Munfarikhatin, I. N. A., Hutagaol, D. N. S. K., & Anugrah, N. E. (2023). *Dasar-Dasar Statistik Untuk Penelitian* (R. Watrianthos, Ed.). Yayasan Kita Menulis. <https://repository.unugiri.ac.id:8443/id/eprint/4882/1/Anisa%20%2C%20Buku%20%20Dasar-dasar%20Statistika%20untuk%20Penelitian.pdf>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). *Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS* (p. 2). <https://doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>
- Kemp, S. (2024, February 21). *Digital 2024: Indonesia*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Mahadi, U. (2021). KOMUNIKASI PENDIDIKAN (Urgensi Komunikasi Efektif dalam Proses Pembelajaran). *Journal of Public Policy and Administration Silampari*, 2, 81. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/joppa.v2i2.2385>
- Manggopa, S., Sumenda, C., Linne, L., Anita, K., & Mandagi, D. W. (2023). Efektivitas Sosial Media Marketing Dalam Membangun Brand Institusi Pendidikan: Perspektif Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4, 2518. <https://jurnaledukasia.org/index.php/edukasia/article/view/621/462>
- Salsabila, D., Yudhapramesti, P., & Bakry, G. N. (2023). Motif Khalayak Dalam Mengakses Konten Berita Di Instagram Reels @Narasinewsroom. *Jurnal Komunikasi Global*, 12(1), 170. <https://doi.org/https://doi.org/10.24815/jkg.v12i1.30390>