

**Pengaruh Kredibilitas Akun Instagram @anakmagang.id
Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Magang
(Survei Pada *Followers* akun Instagram @anakmagang.id)**

VERA NURUL FADILAH

ABSTRAK

Kemajuan teknologi yang pesat, membuat media sosial saat ini menjadi salah satu sumber informasi. Berdasarkan data Indonesiabaik.id bahwa sebesar 97% pengguna media sosial didominasi oleh individu dengan latar belakang Diploma/S1. KIC (Katadata Insight Center) bersama KOMINFO menjelaskan bahwa sebesar 73% Masyarakat menggunakan media sosial untuk mencari informasi dan 22,4% responden menilai bahwa media sosial dapat dipercaya sebagai sumber informasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kredibilitas akun Instagram @anakmagang.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi magang. Teori yang digunakan adalah teori kredibilitas media. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah pengikut Instagram @anakmagang.id, mahasiswa aktif S1 di Indonesia, serta pernah melakukan pendaftaran magang (sedikitnya satu kali) berdasarkan informasi yang diperoleh dari akun Instagram @anakmagang.id. Metode penelitian ini adalah survei dengan menyebarkan kuesioner online ke 100 responden. Hasil uji hipotesis menyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat pengaruh Kredibilitas Akun Instagram @anakmagang.id (variabel X) terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi magang (variabel Y). Hal itu diperoleh dari t hitung $>$ t tabel, yaitu $9.449 > 1.660$. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 47,7% kredibilitas akun Instagram mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi dan sebesar 52,3% dipengaruhi faktor lain diluar penelitian. Penelitian ini mendukung teori kredibilitas media dibuktikan dari hasil respon positif responden bahwa akun Instagram @anakmagang.id sebagai media informasi dapat memenuhi kebutuhan informasi magang bagi pengikutnya.

Kata Kunci: Kredibilitas Media, Instagram, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Magang.

***The Influence of @anakmagang.id Instagram Account Credibility
on Meeting Internship Information Needs
(Survey on Instagram account followers @anakmagang.id)***

VERA NURUL FADILAH

ABSTRACT

Rapid technological advances, making social media today become one of the sources of information. Based on Indonesiabaik.id data 97% of social media users are dominated by individuals with Diploma / S1 backgrounds. KIC (Katadata Insight Center) together with KOMINFO explained that 73% of people use social media to find information and 22.4% of respondents consider that social media can be trusted as a source of information. The purpose of this study was to determine how much influence the credibility of the @anakmagang.id Instagram account has on meeting the information needs of internships. The theory used is the theory of media credibility. This study used a quantitative approach. The sample of this study is Instagram followers @anakmagang.id, active S1 students in Indonesia, and have registered for an internship (at least once) based on information obtained from the @anakmagang.id Instagram account. This research method is a survey by distributing an online questionnaire to 100 respondents. The results of the hypothesis test stated H_0 was rejected and H_a was accepted. That is, there is an influence of Instagram Account Credibility @anakmagang.id (variable X) on the fulfillment of internship information needs (variable Y). It was obtained from the t count $>$ t table, which is $9,449 > 1,660$. The results of the coefficient of determination test showed that 47.7% of Instagram account credibility affected the fulfillment of information needs and 52.3% was influenced by other factors outside the study. This research supports the theory of media credibility as evidenced by the results of respondents' positional responses that the @anakmagang.id Instagram account as an information medium can meet the information needs of interns for their followers.

Keywords: *Media credibility, Instagram, fulfillment of information needs, Internship.*