

**TINGKAT KEPUASAN REMAJA SURABAYA TERHADAP  
PROGRAM PAGI KANCA MUDA DI RADIO EBS FM SURABAYA  
SURABAYA ADOLESCENT SATISFACTION LEVEL OF YOUNG  
KANCA MORNING PROGRAMS IN RADIO EBS FM SURABAYA**

**Elma Gloria Pasaribu**

News Editor Tribun Jawa Timur

Email : [elmaelmo59@gmail.com](mailto:elmaelmo59@gmail.com)

**ABSTRACT**

*This study was conduct to examine how the level of satisfaction of Surabaya teenagers against program "Pagi Kanca Muda" on Radio EBS FM Surabaya. To find out how the level of satisfaction of Surabaya teenagers against program "Pagi Kanca Muda" on Radio EBS FM Surabaya, researcher is using Uses and Gratification Thory, the type of this study is descriptive quantitative research, the technique of collecting data in this study is using survey methods. From the data collected is analyzed in a descriptive to describe the satisfaction of Surabaya teenagers against program "Pagi Kanca Muda" on Radio EBS FM Surabaya. There are 4 categories to determine the level of satisfaction of Surabaya teenagers, specifically the satisfaction of personally identifying, satisfaction of information, satisfaction of integration and social interaction, and satisfaction of diversion. Satisfaction is measured by looking at the discrepancy between the expected satisfaction (Gratification Sought) and the satisfaction obtained (Gratification Obtained). By looking at the ratio of gratification motive scores obtained with the needs of listeners by listening to the progam "Pagi Kanca Muda" on Radio EBS FM Surabaya, the result mean value calculation Gratification Sought (50,89) is smaller than the value of Gratification Obtained (66,16 ) (needs GS < GO). Which means that satisfaction has arisen in Surabaya teenagers against program " Pagi Kanca Muda" on Radio EBS FM Surabaya. Additionally the difference between expectations and satisfaction of Surabaya teenagers against program "Pagi Kanca Muda" on Radio EBS FM Surabaya is significant and can be used on all existing listeners.*

**Keywords :** *Level of Satisfaction, Surabaya Teenagers, Program "Pagi Kanca Muda"*

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji bagaimana tingkat kepuasan remaja Surabaya terhadap program "Pagi Kanca Muda" di Radio EBS FM Surabaya. Untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan yang diperoleh remaja Surabaya, peneliti menggunakan teori *Uses and Gratification* disertai dengan metode penelitian bersifat kuantitatif di mana peneliti menggunakan metode survey. Dari data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan kepuasan remaja Surabaya terhadap program siaran "Pagi Kanca Muda" di Radio EBS FM Surabaya. Ada 4 kategori untuk menentukan tingkat kepuasan remaja Surabaya, yaitu kepuasan informasi, kepuasan identitas pribadi, kepuasan integrasi dan interaksi sosial, dan kepuasan hiburan. Kepuasan diukur dengan melihat kesenjangan antara kepuasan yang diharapkan (*Gratification Sought*) dengan kepuasan yang diperoleh

(*Gratification Obtained*). Dilihat dari perbandingan tabel kepuasan yang diharapkan (GS) dan kepuasan yang diperoleh (GO) setelah mendengarkan program “Pagi Kanca Muda” di Radio EBS FM Surabaya menunjukkan bahwa skor untuk rata-rata kepuasan lebih besar dari pada rata-rata skor kebutuhan ( $GS < GO$ ), maka diketahui bahwa telah timbul kepuasan pada remaja Surabaya terhadap program “Pagi Kanca Muda” di Radio EBS FM Surabaya. Selain itu perbedaan antara harapan dan kepuasan remaja Surabaya terhadap program “Pagi Kanca Muda” di Radio EBS FM Surabaya signifikan dan dapat digunakan pada seluruh pendengar yang ada.

**Kata Kunci :** *Tingkat Kepuasan, Remaja Surabaya, Program “Pagi Kanca Muda”*

---

## PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Dalam sebuah komunikasi, komunikator dan komunikan membutuhkan saluran atau media untuk dapat mengirimkan pesan. Salah satu bentuk media komunikasi adalah media massa.

Media massa memiliki sifat atau karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas (*universality of reach*), bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa. Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, media massa juga mengalami perkembangan dengan memanfaatkan kemajuan di bidang teknologi tersebut. Salah satu media massa yang berteknologi adalah radio.

Radio sebagai salah satu media massa juga memiliki kemampuan untuk memberikan informasi kepada pendengarnya, seperti sebagai media periklanan dengan tujuan agar masyarakat mendengarkan promosi produk sehingga berdampak pada penjualan produk tersebut.

Hingga kini jumlah pendengar radio semakin bertambah. Hasil survei yang dilansir dari Nielsen Radio Audience Measurement, menyebutkan

pada kuartal III/2017 tentang jumlah pendengar radio sebanyak 62,3 juta orang yang tersebar di seluruh Indonesia. Selain itu, rata-rata pendengar radio di Indonesia mendengarkan radio selama 2,5 jam per hari. Pendengar radio saat ini didominasi oleh anak muda sebanyak 56 %, sedangkan 44 % lainnya merupakan orang dewasa, dengan karakteristik rata-rata pendengar sebagai generasi yang memiliki minat pada musik, olahraga, kuliner, serta pecinta kopi. (<https://ekonomi.kompas.com/read/2017/12/11/211500826/keseharian-alasan-terbesar-orang-dengarkan-radio->). Tingginya jumlah pendengar radio dan konsumsi penggunaan media radio dalam kehidupan masyarakat membuat banyak pihak antre perizinan dan “berebut” frekuensi untuk mendirikan radio.

Di kota besar program radio umumnya sudah tersegmentasi. Bentuk seleksi audiens terlihat saat memilih konsumsi media massa. Schraman dan Roberts menyatakan bahwa suatu audiens sangat aktif mencari apa yang mereka inginkan, menolak isi media dan pesan yang tidak sesuai serta menguji pesan media massa atau membandingkan dengan isi media lainnya.

Di kota kecil atau di daerah, segmentasi audiens mungkin tidak terlalu diperlukan karena tingkat

persaingan masih sangat rendah sehingga media penyiaran cenderung masih bersifat umum. Stasiun radio dengan segmentasi audiens yang jelas pada dasarnya memiliki potensi yang sangat besar digunakan para pemasang iklan untuk mencapai konsumennya.

Kota-kota besar yang memiliki tingkat rutinitas penduduk yang sangat tinggi menjadi ladang subur bagi berkembangnya penyiaran radio yang semakin banyak ini mengharuskan pengelola stasiun radio untuk semakin jeli membidik audiensnya. Stasiun-stasiun radio swasta tersebut muncul dengan memiliki segmentasi pasar yang beragam. Ada stasiun radio yang memilih remaja, wanita, eksekutif atau bisnis, atau keluarga sebagai segmentasi pendengar mereka. Seperti pada fokus penelitian ini, peneliti memilih Radio EBS FM Surabaya yang mempunyai segmentasi remaja.

Radio EBS FM Surabaya merupakan suatu bidang usaha penyiaran auditif yang mengudara sejak 24 Agustus 1988 pada frekuensi 105.9 FM. Radio yang memiliki format musik dan hiburan tersebut merupakan radio yang ditujukan untuk kaum remaja di Surabaya, Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Sidoarjo, Lamongan dan sekitarnya (GERBANGKERTOSUSILA). Radio EBS FM Surabaya juga memiliki segmentasi remaja berusia 15-25 tahun.

Hingga pada tanggal 22 Januari 2018, Radio EBS FM Surabaya memperkenalkan *The All New EBS 105.9 FM*. Dengan kata lain, Radio EBS FM Surabaya melakukan *refreshment* untuk memperbarui keseluruhan unsur-unsurnya baik dalam program, logo, dan *tag line*. Dengan *tag line*-nya yang baru **Hits Terbaik Anak Muda Surabaya**, radio ini menyediakan

program-program baru serta menghibur bagi pendengarnya dan memutar musik/lagu hits terbaik untuk anak muda Surabaya dan sekitarnya. Radio EBS FM Surabaya berusaha memenuhi kebutuhan remaja yang aktif dan dinamis di tengah-tengah kesibukan kota metropolitan kedua ini. Remaja sebagai pendengar Radio EBS FM Surabaya membutuhkan berbagai informasi yang dapat menunjang kehidupan sehari-hari. Selain itu, musik dan hiburan juga dibutuhkan untuk menghilangkan penat.

Program "Pagi Kanca Muda" mempunyai jumlah interaksi yang bisa dikatakan tinggi dan konsistensi sejak muncul tanggal 22 Januari 2018 hingga sekarang menjadi program *prime time* atau program yang menjadi daya tarik bagi pendengar di pagi hari.

Program "Pagi Kanca Muda" memungkinkan pendengar untuk mendapatkan informasi lainnya yang mereka butuhkan, seperti berita dan informasi mengenai musik, film, teknologi, olahraga, asmara, tren busana, berbagai informasi hiburan, hingga yang berkaitan dengan hobi para remaja. Salah satu program Radio EBS FM Surabaya adalah "Pagi Kanca Muda" yang lahir sejak tanggal 22 Januari 2018. Program "Pagi Kanca Muda" adalah sebuah program yang hadir setiap hari Senin hingga Jum'at pada pukul 06.00-10.00 WIB. Program ini dipandu oleh dua penyiar yang beranggotakan Eka dan Rara.

Dengan melibatkan tim kreatif, Program "Pagi Kanca Muda" dikemas secara unik dan kreatif agar dapat menarik perhatian pendengar untuk bergabung melalui Instagram, Facebook, Twitter, Whatsapp, Line, dan SMS. Hal ini bertujuan untuk menyediakan wadah bagi pendengar agar menyalurkan ide kreatif melalui media sosial. Di dalam program "Pagi

Kanca Muda” ini suatu waktu mendatangkan narasumber (Penyanyi nasional/internasional, Band, Pemain Film, Sutradara, finalis Miss Indonesia) langsung ke studio siaran Radio EBS FM Surabaya. Tidak hanya sekadar berbicara antar penyiar dan pendengar tetapi ada juga intreraksi antara pendengar dengan penyiar melalui Instagram, Facebook, Twiter, Whatsapp, Line, dan SMS di tengah-tengah siaran berlangsung.

Interaksi pendengar terhadap program “Pagi Kanca Muda” ini disampaikan oleh netizen-netizen yang berkomentar di akun Instagram dan Facebook. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti Radio EBS FM Surabaya. Adapun beberapa komentar positif yang disampaikan oleh beberapa pendengar melalui sosial media yaitu seperti gambar di bawah ini :



Gambar 1 : Feed Berita di Instagram EBS FM



Gambar 2 : Komentar Positif dari para pendengar melalui sosial media

Komentar positif terhadap sebuah berita yang disajikan program “Pagi Kanca Muda” tentang Presiden Jokowi yang datang ke lokasi kejadian ledakan bom di 3 Gereja di Surabaya ini disampaikan oleh pendengar melalui media sosial Instagram. Diantaranya, akun @irvanmaulana1996 mengatakan “Presiden gua nih mantap. Gak takut sama beginian. Yang nyela Pak Jokowi, ribut sama gua”. Akun Instagram @caramelcara12 juga menyuarakan hal yang sama, dengan mengatakan, “Semangat ibuku, bu Risma :)”. Tetap kuat dan tabah. Dilindungi oleh Allah SWT. Sehat terus”. Dapat dikatakan, melihat komentar-komentar yang diberikan oleh para pendengar aktif melalui sosial media menunjukkan bahwa Radio EBS FM Surabaya mampu memberikan informasi aktual yang dibutuhkan oleh masyarakat khususnya remaja Surabaya. Hal ini disebabkan Radio EBS FM Surabaya ingin memberikan informasi yang terbaik dan berkualitas untuk para pendengar setelah adanya

refreshment yang diciptakan oleh Radio EBS FM Surabaya.

Selain itu Radio EBS FM Surabaya juga ingin menyajikan topik dan lagu-lagu hits terbaik untuk seluruh remaja Surabaya. Hebatnya lagi, para remaja sangat tertarik dengan topik beserta sajian lagu yang disediakan oleh Radio EBS FM Surabaya. Dapat dilihat melalui komentar-komentar beberapa pendengar mengenai “siapa rapper favorit para pendengar” melalui media sosial Instagram. Salah satunya akun @vievie\_lagi mengatakan, “Eminemlah”. Sedangkan bagi akun @pratamaarnold rapper terfavorit adalah Brian Imanuel.

Program “Pagi Kanca Muda” diciptakan untuk memenuhi kebutuhan pendengar baik dari kebutuhan infomasi maupun hiburan. Dalam hal ini, efektivitas pemenuhan kebutuhan informasi ataupun hiburan suatu program acara akan diuji dari segi kepuasan pendengar dari siaran program acara tersebut. Kepuasan pendengar sangat penting bagi kemajuan suatu program acara tersebut agar program acara yang dibuat dapat terus berkembang.

Fokus penelitian ini yaitu peneliti ingin mengetahui lebih dalam terkait dengan kepuasan remaja Surabaya terhadap program “Pagi Kanca Muda” di Radio EBS FM Surabaya. Kotler & Keller dalam bukunya “Manajemen Pemasaran” (2013: 32) mendefinisikan kepuasan adalah perasaan atau respon seseorang terhadap suatu hal yang dianggap baik atau memadai dan menyenangkan atau suatu hal yang mengecewakan yang berasal dari konsumsi suatu produk atau jasa setelah membandingkan

harapan yang dimilikinya terhadap produk atau jasa dengan apa yang diterimanya dari produk atau jasa tersebut.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah remaja Surabaya karena remaja adalah waktu manusia berumur belasan tahun. Masa remaja adalah masa peralihan dari masa anak-anak dengan masa dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek atau fungsi untuk memasuki masa dewasa”. Masa remaja berlangsung antara umur 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi perempuan dan 13 tahun sampai dengan 22 tahun bagi laki-laki. Oleh karena itu, peneliti memilih responden remaja Surabaya berusia 15-20 tahun sekaligus menyesuaikan segmentasi usia pendengar Radio EBS FM Surabaya yaitu remaja dengan usia 15-25 tahun. Di samping itu pula remaja pada umur 15-20 tahun adalah masa di mana mereka bisa bertindak dengan tujuan yang jelas, bebas untuk berkespresi, beraktualisasi diri, tidak bimbang lagi sehingga bisa mempunyai tanggung jawab.

Pada penelitian ini Surabaya dipilih sebagai populasi karena Surabaya merupakan salah satu kota metropolitan yang cukup besar, sehingga mendengarkan radio bukanlah hal yang asing bagi remaja Surabaya. Dengan demikian, Surabaya cukup representatif untuk dijadikan lokasi penelitian.

Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification*. Untuk melengkapi lebih dalam berdasarkan tingkat kepuasan remaja Surabaya terhadap program “Pagi Kanca Muda”.

Berdasarkan latar belakang di atas yang sudah dijelaskan, peneliti tertarik melakukan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan remaja Surabaya terhadap program “Pagi Kanca Muda” di Radio EBS FM Surabaya yang baru berjalan 2 bulan. Hal ini berdasarkan data *Social Media Analytics Tool* dari Radio EBS FM Surabaya tanggal 22 Januari 2018 – 23 Februari 2018 bahwa jumlah interaksi pendengar lewat media sosial yang paling unggul yaitu Instagram, Facebook, Twitter terhadap program “Pagi Kanca Muda” mencapai perolehan interaksi sebanyak 107.130 dalam 25 kali *on air*.

### METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey* dengan menggunakan analisis penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang mengumpulkan informasi aktual secara rinci. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif yang bermaksud memberikan fakta-fakta yang akurat dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Dalam hal ini berkaitan dengan kepuasan yang didapatkan oleh remaja Surabaya sebagai pendengar aktif Radio EBS FM Surabaya terhadap program “Pagi Kanca Muda”. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari hingga bulan Maret 2018.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan responden berdasarkan wilayah. Surabaya dibagi menjadi 5 wilayah, yaitu Surabaya Barat, Surabaya Timur, Surabaya

Selatan, Surabaya Utara dan Surabaya Pusat yang dibagi secara proporsional.

Dari masing-masing populasi di setiap wilayah Surabaya kemudian dibagi dengan total keseluruhan populasi dan dikalikan dengan jumlah sampel dari hasil perhitungan rumus secara proporsional

Tabel 1. Sampel Perwilayah

N O	WILAYAH	JUMLAH	PEMBAGIAN SAMPEL SECARA PROPORSIONAL	PEMBULATAN
1	PUSAT	56.403	$= \frac{56.403}{461.053} \times 100$ $= 0,12 \times 100$ $= 12,23$	12
2	TIMUR	117.749	$= \frac{117.749}{461.053} \times 100$ $= 0,25 \times 100$ $= 25,53$	26
3	BARAT	73.558	$= \frac{73.558}{461.053} \times 100$ $= 0,15 \times 100$ $= 15,95$	16
4	UTARA	98.388	$= \frac{98.388}{461.053} \times 100$ $= 0,21 \times 100$ $= 21,33$	21
5	SELATAN	114.955	$= \frac{114.955}{461.053} \times 100$ $= 0,24 \times 100$ $= 24,93$	25
<b>JUMLAH</b>		<b>461.053</b>	<b>99,97</b>	<b>100</b>

Dalam penelitian ini variabel yang dimaksud adalah suatu konstruk yang sifat-sifatnya sudah diberi nilai dalam bentuk bilangan. Variabel berfungsi sebagai penghubung antar dunia teoritis dan dunia empiris (Kriyantono, 2010: 20). Hasil pengujian dalam penelitian menunjukkan ada atau tidaknya hubungan tanpa mempersoalkan apakah variabel yang satu dapat menyebabkan variabel lain. Dalam penelitian ini tidak terdapat adanya variabel bebas atau terikat seperti hubungan sebab akibat. Indikator untuk mengukur *Gratification Obtained* sama dengan indikator untuk

mengukur Gratification Sought. Kategori kepuasan yang diperoleh diukur dari kategori menurut McQuail, Blumler, dan Brown, sebagai berikut: yaitu motif *surveillance*, motif *identity*, motif *personality relationship*, dan motif *diversi*.

### **Gratification Sought (GS)**

*Gratification Sought* (GS) adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengkonsumsi suatu jenis media tertentu (radio, TV atau koran). *Gratification Sought* adalah motif yang mendorong seseorang mengonsumsi media. Dengan kata lain, pengguna akan memilih atau tidak memilih suatu media tertentu dipengaruhi oleh sebab-sebab tertentu yaitu didasari motif pemenuhan sejumlah kebutuhan yang ingin dipenuhi. Dalam penelitian ini, yang dimaksud adalah motif individu dalam mendengarkan dan memberikan interaksi pada program “Pagi Kanca Muda” di Radio EBS FM Surabaya dengan asumsi dasar *uses and gratification*, bahwa setiap individu memiliki kesadaran yang tinggi akan kebutuhannya atau motif dirinya.

### **Gratification Obtained (GO)**

*Gratification Obtained* (GO) pendengar program “Pagi Kanca Muda” di Radio EBS FM Surabaya adalah kepuasan nyata yang diperoleh individu atas terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan tertentu setelah individu tersebut mendengarkan program “Pagi Kanca Muda” di Radio EBS FM Surabaya. Dengan kata lain, *Gratification Obtained* (kepuasan yang diperoleh) dalam penelitian ini adalah ketika individu merasa kebutuhannya telah terpenuhi setelah mendengarkan program “Pagi Kanca Muda”, maka kepuasan setelah individu

mendengarkan pun tercipta. Kepuasan ini diukur berdasarkan terpenuhinya motif awal (*Gratification Sought*) yang mendasari individu dalam mendengarkan program tersebut.

### **KESIMPULAN**

Simpulan adalah jawaban atas hipotesis yang diajukan (atau judul). Simpulan harus didasari fakta yang ditemukan, serta implikasinya perlu dikemukakan untuk memperjelas manfaat yang dihasilkan. Simpulan diharapkan bersifat kritis, cermat, logis, dan jujur berdasarkan fakta yang diperoleh.

### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **Buku**

- Ardianto, Elvinaro. Lukiati Komala dan Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astuti, Santi Indra. 2008. *Jurnalisme Radio Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Dinamika komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- JB Wahyudi. 1996. *Dasar-Dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. 2013. *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Mc Quail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.



- Mc Quail, Denis. Sven Windahl. 1993. *Communication Models: For The Study of Mass Communication 2<sup>nd</sup> ed.* New York: Longman.
- Morrison. 2011. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi.* Jakarta: Prenada Media Group.
- Mufid, Muhamad. 2007. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran.* Jakarta: Kencana.
- Nurudin. 2015. *Pengantar Komunikasi Massa.* Malang: Cespur.
- Rakhmat, Jalaluddin, 2014. *Metode Penelitian Komunikasi.* Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Romli, Asep Syamsul M.. 2017. *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio.* Bandung: Nuansa
- Severin, Werner J. dan Tankard, Jr.W. 2005. *Communication Theories : Origins Methods and Uses in the Mass Media, 4<sup>th</sup> ed.* New York : Longman Inc.
- Singarimbun, M & Sofyan, A.(Eds). 1995. *Metode Penelitian Survei.* Yogyakarta: LP3ES.
- Stewart. L. Tubbs, Moss Silvy. 1996. *Human Communication : Prinsip – Prinsip Dasar.* Kota: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2016. *Statistika Untuk Penelitian.* Bandung: Alfabeta.
- Wirawan Sarwono, Sarlito. 2015. *Psikologi Remaja Edisi Revisi.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- diakses tanggal 04 April 2018 pukul 16:25 WIB  
<https://www.techopedia.com/definicion/31753/social-media-analytics-tools>  
diakses tanggal 04 April 2018 pukul 18:36 WIB  
<https://ekonomi.kompas.com/read/2017/12/11/211500826/kesepian-alasan-terbesar-orang-dengarkan-radio->

#### **Jurnal cetak**

- Daniels, Fredrik / Johan Friborg. 2016. "Social Media Analytics : Factor Affecting Business and IT Alignment of Social Media Analytics in Organizations". Sweden : Lund University School of Economics and Management Department of Informatics
- Purwanti, Hari, Lina. 2015. *Pengaruh Menonton Film 5 CM Terhadap Minat Mendaki pada Kalangan Dewasa Muda di Surabaya.* Surabaya : STIKOSA AWS

#### **Artikel dari website tanpa nama penulis**

- diakses tanggal 27 Januari 2018 pukul 19:12 WIB  
<https://digitalmarketer.id/social-media/menggunakan-instagram-insight-untuk-analytic-instagram-marketing-anda-2/>