

Pengaruh *Caption* dan Teks Terhadap Interaksi Pengguna di Instagram: Studi Eksperimen Regresi Linear

Agis Likuallo¹, Nadia Lempan², Wilem Musu^{3*}, Sriwahyuningsih Piu⁴, Angdy Erna⁵, Nurdiansyah⁶,
Muh. Khaddafi⁷

^{1,5,7}Program Studi Sistem Informasi, ^{3,4}Program Studi Teknik Informatika, ^{2,6}Program Studi Bisnis Digital Universitas
Dipa Makassar
Makassar, Indonesia

e-mail: ¹likualloagis@gmail.com, ²nadialempa08@gmail.com, ³wilem.musu@undipa.ac.id,
⁴sri.wahyuningsih@undipa.ac.id, ⁵angdy.erna@undipa.ac.id, ⁶nurdiansyah@gmail.com,
⁷khaddafy.tayyeb@undipa.ac.id

Correspondence : e-mail: wilem.musu@undipa.ac.id

Diajukan: 24 Juli 2024; Direvisi: 12 Agustus 2024; Diterima: 19 Agustus 2024

Abstrak

Media sosial mempengaruhi interaksi dan komunikasi manusia. Instagram, yang populer di Indonesia, memfasilitasi berbagai konten visual dan digunakan untuk branding. Untuk menjangkau audiens yang luas, pembuat konten harus memahami elemen-elemen penting seperti gambar, video, caption, hashtag, dan lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh caption dan teks tambahan terhadap interaksi pengguna di Instagram dengan menggunakan Regresi Linear. Jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam studi ini adalah penelitian eksperimental menggunakan Regresi Linear. Data dari akun @nadya_lempan dan @undipamks setelah dibersihkan menghasilkan masing-masing 56 dan 97 titik data. Hasil regresi menunjukkan bahwa caption untuk @nadya_lempan dan @undipamks tidak signifikan (nilai 0,05). Namun, teks pada akun @undipamks menunjukkan signifikansi ($P|t|$ 0,032), serta caption+teks ($P|t|$ 0,016), yang menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik.

Kata kunci: Instagram, Caption, Interaksi Pengguna.

Abstract

Social media affects human interaction and communication. Instagram, popular in Indonesia, facilitates various visual content and is used for branding. To reach a broad audience, content creators must understand essential elements such as images, videos, captions, hashtags, and more. This research aims to understand the influence of captions and additional text on user interaction on Instagram using Linear Regression. The type of research conducted in this study is experimental research using Linear Regression. Data from the @nadya_lempan and @undipamks accounts, after cleaning, produced 56 and 97 data points, respectively. The regression results show that the captions for @nadya_lempan and @undipamks are not significant (value 0.05). However, the text on the @undipamks account shows significance ($P|t|$ 0.032), as well as caption+text ($P|t|$ 0.016), indicating a statistically significant influence.

Keywords: Instagram, Caption, User Interaction.

1. Pendahuluan

Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat modern dan telah merubah cara berkomunikasi dan berinteraksi manusia secara signifikan. Selain sebagai sarana komunikasi yang efisien, media sosial juga memfasilitasi pertukaran pesan antara individu, kelompok atau organisasi, membuka ruang diskusi dan pertukaran ide serta menciptakan lingkungan virtual yang dinamis dan interaktif melalui penyebaran berbagai jenis konten yang ekspresif dan kreatif [1].

Terdapat beberapa platform media sosial yang secara umum dianggap populer dan sering digunakan. Di Indonesia Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang digemari dan banyak digunakan tidak saja oleh kalangan anak muda tetapi juga populer dikalangan usia diatas 40 tahun, Daya tarik Instagram terletak pada visual-centric, dimana para pengguna bebas berekspresi berbagi momen dalam bentuk gambar atau video. Selain itu juga Instagram mengembangkan fitur-fitur kreatif seperti *Stories*,

IGTV, dan Reels yang memungkinkan para pengguna lebih kreatif berbagi konten mereka. Instagram juga digunakan sebagai media untuk branding dan bisnis [2].

Untuk menghasilkan sebuah konten dengan peminat dan jangkauan yang luas maka seorang creator (pemilik akun yang memproduksi konten) haruslah memahami komponen penting dari sebuah konten sehingga dapat memiliki jangkauan yang luas dan disukai oleh banyak penonton. Komponen-komponen tersebut adalah gambar, video, *caption*, hashtag, emoji, tagging dan mention yang saling bersinergi satu sama lain untuk menghasilkan jangkauan dan minat penonton yang lebih luas berdasarkan algoritma Instagram. Gambar dan video yang menarik serta berkualitas tinggi merupakan elemen visual utama, sementara *caption*, hashtag, emoji, tagging, dan mention memberikan konteks tambahan namun penting untuk mendorong terjadinya jangkauan yang luas dan keterlibatan banyak penonton [3].

Menambahkan *caption* dan teks pada gambar atau video membantu penonton memahami cerita dan mendorong mereka untuk berinteraksi dengan creator atau pengguna lain. *Caption* dan teks juga dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dengan merangsang pertanyaan, meminta pendapat, atau mengajak tindakan, seperti memberi like, komentar, atau *share*, yang dapat menarik lebih banyak pengikut. Penggunaan *caption* dan teks yang tepat juga memandu perhatian penonton pada elemen kunci, memperkuat branding dan identitas merek, serta meningkatkan aksesibilitas bagi penonton dengan keterbatasan visual [4][5].

Beberapa penelitian sebelumnya telah menunjukkan tren kebutuhan analisis interaksi pengguna di media sosial. Studi yang dilakukan [6], mengkaji bagaimana tren interaksi di media sosial membentuk persepsi kebenaran di sekitar teori konspirasi, menunjukkan bagaimana pola interaksi dapat mempengaruhi persepsi pengguna [6]. Menurut [7], telah banyak influencer memanfaatkan tren interaksi di media sosial untuk mendorong adopsi gaya hidup hijau, serta bagaimana pola interaksi dapat mempengaruhi perilaku pengikut [7].

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan sebuah formulasi yang dapat dijadikan acuan bagi para content creator untuk membuat perpaduan yang kompak antara gambar atau video dengan komponen pendukung lainnya sehingga konten yang diposting dapat memiliki daya jangkau yang luas dan potensi interaksi yang tinggi. Penelitian ini membatasi penggunaan komponen pendukung hanya pada *caption* dan teks tambahan pada gambar atau video.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksperimen untuk menganalisis pengaruh *caption* dan teks tambahan terhadap interaksi pengguna di Instagram. Analisis yang digunakan mencakup regresi linear, analisis topik, analisis kata, dan penilaian topik.

2.1. Populasi dan Sampel

Data dikumpulkan melalui scraping konten dari akun Instagram @nadya_lempan dan @undipamks dalam periode waktu tertentu. Data yang dikumpulkan mencakup informasi tentang *caption*, teks tambahan, dan berbagai metrik interaksi pengguna seperti jumlah *likes*, komentar, dan *share*. Data mentah kemudian dibersihkan untuk menghilangkan postingan yang tidak relevan atau memiliki informasi yang tidak lengkap.

2.2. Analisis Data

Menggunakan metode *Latent Dirichlet Allocation* (LDA) untuk mengidentifikasi topik-topik utama dalam *caption* dan teks dengan rumus sebagai berikut [8]:

$$p(\theta, z, w | \alpha, \beta) = p(\theta | \alpha) \prod_{n=1}^N p(z_n | \theta) p(w_n | z_n, \beta) \quad (1)$$

Analisis data dilakukan dengan menghitung Term Frequency-Inverse Document Frequency (TF-IDF):

$$TF - IDF(t, d) = TF(t, d) \times IDF(t) \quad (2)$$

Penilaian topik digunakan teknik coherence score untuk menilai kualitas topik yang dihasilkan dari analisis LDA. *Coherence score* yang tinggi menunjukkan bahwa topik-topik yang dihasilkan relevan dan bermakna [9].

$$C(T) = \sum_{m=1}^M \sum_{l=1}^{N-1} \sum_{j=l-1}^N PMI(w^{(m)}, w^{(j)}) \quad (3)$$

Mengukur pengaruh maka dalam penelitian ini menggunakan model regresi linear digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen:

$$Y = \alpha + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \dots + \beta_nx_n \quad (4)$$

Selanjutnya uji signifikansi maka dilakukan untuk menentukan apakah koefisien regresi (β_1 / β_2) secara statistik signifikan. Nilai p yang digunakan untuk uji signifikansi adalah 0,05 dengan rumus sebagai berikut [10]:

$$= \frac{\beta_i}{SE(\beta_i)} \quad (5)$$

Terakhir adalah menafsirkan hasil analisis regresi linear, termasuk koefisien regresi, nilai p, dan kesimpulan tentang signifikansi statistik dari hubungan yang dianalisis.

3. Hasil dan Pembahasan

Pengumpulan data mentah yang telah diambil dari dua akun yang berbeda, dimana terdapat 100 data dari setiap akun jadi total ada 200 data mentah yang ada. Kemudian processing Data, Pada tahap ini *Caption* dan *Text* pada data akan diukur dan dianalisis menggunakan bahasa pemrograman Python dengan menggunakan dua langkah yaitu Analisis Kosa Kata (*Word Frequency*) dan Analisis Topik [11]. Analisis tahap akhir dataset diolah menggunakan Regresi Linear untuk menemukan hubungan matematis yang dapat menggambarkan bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

3.1. Analisis Topik

Analisis topik adalah teknik pemrosesan bahasa alami yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengekstrak topik-topik utama atau tema-tema yang tersembunyi dalam koleksi teks. Pada proses analisis, akan dianalisis setiap *Caption* dan *Text* pada tiap akun. Ini akan menghasilkan 5 topik. Mengambil 5 topik memungkinkan menghindari topik dengan banyak kata kunci yang sama, menunjukkan kurangnya perbedaan [12]. Dengan jumlah topik yang lebih sedikit, akan lebih mudah mendapatkan topik-topik yang unik dan terpisah. Pada setiap topik akan ada 10 kata yang diambil.

```

Topik Analisis:
Topik 1:
for, fyp, ramadhan, 2023, tenant, calling, by, make, up, trend

Topik 2:
love, can, understand, people, us, happiness, with, because, who, comes

Topik 3:
adek, the, up, make, my, village, in, sehat, berbelanja, naughty

Topik 4:
ngak, kaka, yah, tau, you, bocah, adekk, tuhan, orang, video

Topik 5:
the, to, filter, trend, of, this, hati, lomba, you, start

```

Gambar 1 Analisis Topik *caption @nadya_lempan*

```

Topik Analisis:
Topik 1:
2023, pendaftaran, id, kampus, startup, merdeka, makassar, pkkm, link, 2022

Topik 2:
2022, undipa, 2023, selamat, universitas, makassar, to, goes, school, dipa

Topik 3:
undipamks, universitas, makassar, dipa, selamat, pmm3, rektor, benchmarking, tips, undipa

Topik 4:
selamat, 2022, raya, merayakan, link, dipa, makassar, peserta, universitas, idul

Topik 5:
mahasiswa, program, selamat, aplikasi, merdeka, undipa, semester, pmm3, kampus, undipamks

```

Gambar 2 Analisis Topik *caption @undipamks*

3.2. Analisis Kosa Kata (Word Frequency)

Analisis kosa kata dalam kasus ini memiliki peran utama dalam mengidentifikasi kata-kata yang paling sering muncul dalam *Caption* dan *Text* dari file CSV yang dianalisis. Hal ini membantu untuk memahami topik atau isu yang dominan dalam teks tersebut. Dengan mengetahui kata-kata yang paling sering muncul, kita dapat dengan cepat mendapatkan gambaran tentang topik atau tema yang dibahas dalam teks.

```

Frekuensi Kata-kata:
the: 6
trend: 5
ngak: 5
kaka: 4
yah: 4
you: 4
make: 4
up: 4
so: 3
tau: 3
mama: 3
love: 3
for: 3
fyp: 3
in: 2
my: 2
village: 2
is: 2
    
```

Gambar 3 Analisis Kosa Kata *Caption @nadya_lempa*n

Dari gambar 3 adalah tampilandari hasil analisi kosa kata *caption @nadya_lempa*n dapat dilihat kata-kata yang paling sering muncul dalam teks tersebut, seperti "the", "trend", "ngak", "kaka", "yah", "you", "make", dan lain-lain. Kata-kata seperti "dan", "yang", "ini", "di", dan "itu" telah dihapus karena mereka termasuk dalam daftar kata sambung yang tidak relevan untuk analisis.

```

Frekuensi Kata-kata:
2023: 40
2022: 32
makassar: 31
undipa: 30
universitas: 29
selamat: 27
dipa: 27
mahasiswa: 27
undipamks: 23
program: 22
kampus: 21
s: 20
merdeka: 16
pendaftaran: 16
id: 13
link: 12
startup: 11
aplikasi: 11
    
```

Gambar 4 Analisis Kosa Kata *Caption @undipamks*

3.3. Penilaian Topik

Penelian topik pada kasus ini dilakukan dengan cara memberi nilai kata yang ada pada setiap topik, nilai kata diambil dari analisis kosa kata sebelumnya Dimana kata yang paling populer jumlah katanya akan diambil dan dimasukan pada table yang telah disiapkan. Demiakian cara ini dilakukan pada *Caption*, *Text*, dan *Captio+Text* yang telah dianalisis sebelumnya. Berikut tampilan dari hasil penilaian Topik :

Tabel 1 Penilaian Topik *Caption @nadya_lempa*n

Topik	for	typ	ramadhan	2023	tenant	calling	by	make	
Topik 1	3	3	2	2	2	2	2	4	29
Topik 2	love	can	understand	people	us	happinnes	with	because	13
Topik 3	adek	the	up	make	my	village	in	sehat	27
Topik 4	ngak	kaka	yah	tau	you	bocah	adekk	tunan	30
Topik 5	the	to	inter	trend	of	this	hati	lomba	28

Pada tabel diatas adalah hasil dari topik *caption* pada akun Nadya_lempa n yang telah diberi nilai sesuai kata frekuensi yang muncul pada anlisis kosa kata. Nilai itu kemudia dijumlahkan pada setiap topik seperti topik 1 yang hasil nilai keseluruhan dari kata yang ada pada topik adalah 29 dan begitupun juga pada topik-topik lain.

3.4. Pengujian Regresi Linear

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Caption*, *Text* dan *Caption+Text* yang ada setelah melakukan uji Korelasi maka dilakukan pengujian regresi linear seperti pada gambar Berikut:

	coef	std err	t	P> t	[0.025	0.975]
const	29.7776	1.235	24.112	0.000	27.297	32.258
AYD	0.0003	0.002	0.141	0.889	-0.004	0.004
Fol	-0.0010	0.002	-0.485	0.630	-0.005	0.003
NF	1.346e-05	0.002	0.007	0.994	-0.004	0.004
Interaksi	-0.0041	0.004	-1.110	0.272	-0.011	0.003

Gambar 5 Hasil Uji Regresi Linear *Caption* pada @nadya_lempan

Berdasarkan gambar di atas terlihat bahwa $P>|t|$ untuk variabel AYD adalah 0.889, variabel Fol adalah 0.630, variabel NF adalah 0.994, dan variabel Interaksi adalah 0.272 semuanya lebih besar dari 0.05, sehingga koefisien Interaksi juga tidak signifikan secara statistik. Dengan demikian, tidak ada dari variabel tersebut yang memiliki pengaruh signifikan pada variabel dependen dalam model regresi ini atau dengan kata lain AYD, NF, Fol, maupun Interaksi tidak berpengaruh signifikan terhadap *Caption* pada akun nadya_lempan.

	coef	std err	t	P> t	[0.025	0.975]
const	222.5948	16.879	13.188	0.000	189.072	256.118
AYD	0.0056	0.009	0.595	0.553	-0.013	0.024
Fol	-0.0096	0.011	-0.907	0.367	-0.031	0.011
NF	-0.0029	0.008	-0.372	0.711	-0.018	0.012
Interaksi	0.0079	0.025	0.311	0.756	-0.042	0.058

Gambar 6 Hasil Uji Regresi Linear *Caption* pada @undipamks

Gambar 6 diatas menjelaskan uji Linear Regresi pada *caption* undipamks bahwa $P>|t|$ untuk variabel AYD adalah 0.553, $P>|t|$ untuk variabel Fol adalah 0.367, $P>|t|$ untuk variabel NF adalah 0.711, dan $P>|t|$ untuk variabel Interaksi adalah 0.756, semuanya lebih besar dari 0.05, sehingga koefisien Interaksi tidak ada yang signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 0.05. Sehingga dalam uji regresi *Caption* pada akun undipamks, tidak ada dari variabel independent (AYD, Fol, NF, dan Interaksi) yang memiliki pengaruh signifikan pada variabel dependen (Text) pada tingkat signifikansi 0.05.

	coef	std err	t	P> t	[0.025	0.975]
const	209.6648	21.717	9.654	0.000	166.532	252.797
AYD	-0.0147	0.012	-1.227	0.223	-0.039	0.009
Fol	0.0079	0.014	0.579	0.564	-0.019	0.035
NF	-0.0065	0.010	-0.657	0.513	-0.026	0.013
Interaksi	0.0711	0.033	2.178	0.032	0.006	0.136

Gambar 7 Hasil Uji Regresi Linear Text pada @undipamks

Pada gambar 7 dijelaskan bahwa $P>|t|$ untuk variabel AYD adalah 0.223, $P>|t|$ untuk variabel Fol adalah 0.564, dan $P>|t|$ untuk variabel NF adalah 0.513, yang lebih besar dari 0.05, sehingga koefisien AYD, Fol, NF juga tidak signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 0.05. sedangkan $P>|t|$ untuk variabel Interaksi adalah 0.032, yang kurang dari 0.05, sehingga koefisien Interaksi signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 0.05. dengan demikian dalam uji regresi Text pada akun undipamks, hanya variabel Interaksi yang memiliki pengaruh signifikan pada variabel dependen (Text) pada tingkat signifikansi 0.05. Variabel AYD, Fol, dan NF tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel dependen pada tingkat signifikansi tersebut.

	coef	std err	t	P> t	[0.025	0.975]
const	467.9222	16.673	28.065	0.000	434.809	501.036
AYD	-0.0019	0.009	-0.204	0.839	-0.020	0.016
Fol	-0.0077	0.010	-0.738	0.462	-0.028	0.013
NF	0.0051	0.008	0.669	0.505	-0.010	0.020
Interaksi	0.0613	0.025	2.446	0.016	0.012	0.111

Gambar 8 Hasil Uji Regresi Linear *Caption+Text* pada @undipamks

Berdasarkan gambar 8 diatas pada uji regresi linear *Caption+Text* pada akun undipamks ditemukan bahwa $P>|t|$ untuk variabel AYD adalah 0.839, $P>|t|$ untuk variabel Fol adalah 0.462, dan $P>|t|$ untuk variabel NF adalah 0.505, yang lebih besar dari 0.05 sehingga koefisien dari 3 variabel tidak signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 0.05. Sedangkan $P>|t|$ untuk variabel Interaksi adalah 0.016, yang kurang dari 0.05, sehingga koefisien Interaksi signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 0.05. dengan demikian dalam uji regresi *Caption+Text* pada undipamks, hanya variabel Interaksi yang memiliki pengaruh signifikan pada variabel dependen (*Caption+Text*) pada tingkat signifikansi 0.05. Sedangkan Variabel AYD, Fol, dan NF tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel *Caption+Text* pada tingkat signifikansi tersebut.

3.5. Pembahasan

Dari hasil analisis regresi linear, ditemukan bahwa *caption* pada akun @nadya_lempan dan @undipamks tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap interaksi pengguna (nilai $p > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa *caption* saja mungkin tidak cukup untuk meningkatkan interaksi pengguna secara signifikan. Sebaliknya, teks tambahan pada akun @undipamks menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap interaksi pengguna ($P|t| = 0,032$), serta kombinasi *caption* dan teks tambahan juga menunjukkan pengaruh yang signifikan ($P|t| = 0,016$).

Hasil ini mengindikasikan bahwa teks tambahan, ketika digabungkan dengan *caption*, dapat memberikan konteks yang lebih kaya dan menarik bagi pengguna, yang pada gilirannya meningkatkan interaksi.

Ini dapat dikaitkan dengan teori komunikasi di mana pesan yang lebih rinci dan informatif cenderung lebih menarik perhatian audiens [13].

Menggabungkan teks tambahan dengan *caption* dapat meningkatkan interaksi pengguna, hal tersebut karena mempertegas ide dan informasi yang sedang dikomunikasikan. Pembuat konten harus mempertimbangkan untuk menambahkan teks tambahan yang informatif dan relevan dalam setiap postingan. Mengidentifikasi dan menggunakan topik-topik yang relevan dengan audiens target dapat meningkatkan engagement. Analisis topik dapat membantu dalam merancang strategi konten yang lebih efektif. Menggunakan kata-kata kunci yang tepat dan menarik dalam *caption* dan teks tambahan dapat meningkatkan interaksi. Pemasar digital harus memperhatikan pemilihan kata dalam setiap postingan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode Regresi Linear untuk mengetahui bagaimana pengaruh dan seberapa besar pengaruh suatu *caption* dan text terhadap interaksi penonton dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa *caption* saja tidak berpengaruh signifikan terhadap interaksi pengguna di akun Instagram @nadya_lempa dan @undipamks. Namun, teks tambahan di akun @undipamks dan kombinasi *caption* dengan teks tambahan memiliki pengaruh signifikan.
2. Penggunaan metode LDA untuk mengidentifikasi topik-topik utama yang mempengaruhi interaksi pengguna. Topik yang relevan dan menarik cenderung mendapat lebih banyak interaksi, sehingga pemilihan topik yang tepat sangat penting dalam strategi konten di media sosial.
3. Saran untuk penelitian berikutnya agar supaya dapat menganalisis akun-akun para influencer yang mengendors berbagai produk.

Daftar Pustaka

- [1] G Esti, L., & Hartanti, P. (n.d.). KOMUNIKASI ORANG MUDA DI SOSIAL MEDIA SEBAGAI INFLUENCER.
- [2] Fitur Reels, P., Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Pendidikan Bahasa dan Seni, P., PGRI Bojonegoro, I., Vitasari, N., & Hasanudin, C. (n.d.). Nor Vitasari & Cahyo Hasanudin Prosiding Senada (Seminar Nasional Daring) Pemanfaatan Fitur Reels Instagram pada Pembelajaran Membaca Puisi guna Mendukung Gerakan Mereka Belajar di Sekolah Menengah..
- [3] Marwick, A., & Lewis, R. (n.d.). Media Manipulation and Disinformation Online.
- [4] Muamar, J. (2022). Instagram Sebagai Medium Komunikasi Risiko Orang Tua Kepada Anak Selama Pandemi Covid-19: Studi Netnografi Komunitas Pola Asuh Virtual. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 20(01), 27–46. <https://doi.org/10.46937/20202238987>.
- [5] Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 626– 635. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1124>.
- [6] Zeng, J., Chan, C. H., & Fu, K. W. (2021). *How social media construct “truth” around conspiracy theories: Content, media, and users’ perspectives*. In *Computers in Human Behavior*, 116, 106646.
- [7] Chwialkowska, A. (2020). *How sustainability influencers drive green lifestyle adoption on social media: The process explained through the lenses of the minority influence model and social learning theory*. In *Management of Environmental Quality*, 31(3), 657-675.
- [8] Y. Yorozu, M. Hirano, K. Oka, and Y. Tagawa, “Electron spectroscopy studies on magneto-optical media and plastic substrate interface,” *IEEE Trans. J. Magn. Japan*, vol. 2, pp. 740-741, August 1987 [Digests 9th Annual Conf. Magnetics Japan, p. 301, 1982].
- [9] Turcotte, J., York, C., Irving, J., Scholl, R. M., & Pingree, R. J. (2015). News Recommendations from Social Media Opinion Leaders: Effects on Media Trust and Information Seeking. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(5), 520–535. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12127>.
- [10] Wayan Umbara Commentary, F., Wayan Umbara, F., & Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis, J. (2021). User Generated Content di Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bisnis *JMSAB* 366. 4(2), 572–581. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i2.366>.
- [11] Tzenios, N. (2020). Examining the Impact of EdTech Integration on Academic Performance Using Random Forest Regression. In *ResearchBerg Review of Science and Technology* (Vol. 3, Issue 1).
- [12] Wulandari, D., Arcana, I. N., & Kuncoro, K. S. (2022). Pengembangan Instagram Reels Pembelajaran Pokok Bahasan Persamaan Garis Lurus untuk SMP. *UNION: Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika*, 10(1), 1–14. <https://doi.org/10.30738/union.v10i1.12138>
- [13] Zhang, W., Wu, C., Li, Y., Wang, L., & Samui, P. (2021). Assessment of pile drivability using random forest regression and multivariate adaptive regression splines. *Georisk*, 15(1), 27–40. <https://doi.org/10.1080/17499518.2019.1674340>.