

Efektivitas Akun Instagram @pmb_uad dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Calon Mahasiswa Baru UAD**Kharisa Alifia Putri, Iva Fikrani Deslia**

Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia

Email: kharisa2000030119@webmail.uad.ac.id

Abstrak

Semua manusia memiliki kebutuhan, salah satunya adalah kebutuhan informasi. Perkembangan zaman membuat mudah untuk mendapatkan informasi baru karena tidak ada batas ruang dan waktu. Akun Instagram @pmb_uad merupakan platform komunikasi yang digunakan untuk memberikan informasi kepada calon mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas akun Instagram @pmb_uad dalam memenuhi kebutuhan informasi calon mahasiswa. Populasi dalam penelitian ini adalah semua followers akun Instagram @pmb_uad, dengan sampel sebanyak 100 orang yang diambil menggunakan teknik random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @pmb_uad efektif dalam menyampaikan informasi kepada calon mahasiswa. Kesimpulannya, akun Instagram @pmb_uad berhasil memenuhi ekspektasi para followers-nya dalam hal penyampaian informasi yang informatif dan memuaskan.

Kata Kunci: Kebutuhan informasi; Instagram; Efektivitas;.**Abstract**

All humans have needs, one of which is the need for information. The development of the times makes it easy to get new information because there is no limit to space and time. @pmb_uad Instagram account is a communication platform used to provide information to prospective students. This study aims to determine the effectiveness of @pmb_uad Instagram accounts in meeting the information needs of prospective students. The population in this study is all followers of @pmb_uad Instagram account, with a sample of 100 people taken using random sampling techniques. The results of the study show that Instagram accounts @pmb_uad effective in conveying information to prospective students. In conclusion, @pmb_uad Instagram account has managed to meet the expectations of its followers in terms of delivering informative and satisfying information.

Keywords : *Information needs; Instagram; Effectiveness***PENDAHULUAN**

Informasi merupakan suatu hal yang penting bagi manusia dalam menjalankan kehidupannya. Kebutuhan akan informasi mendorong manusia untuk menggunakan media sebagai salah satu pemuas akan kebutuhannya (Akbar, 2021; Arifin & Aprianti, 2015). Terdapat beberapa jenis media yang digunakan dalam pemenuhan kebutuhan informasi, diantaranya adalah media cetak, penyiaran, dan online (Qudratullah, 2016).

How to cite:

Kharisa Alifia Putri, Iva Fikrani Deslia (2024) Efektivitas Akun Instagram @pmb_uad dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Calon Mahasiswa Baru UAD, (06) 09,

E-ISSN:2684-883X

Perkembangan media membawa media cetak sudah mulai ditinggalkan dan mulai beralih ke Media online yang berbasis internet. Media online banyak digunakan karena kemudahannya untuk mengatasi perbedaan ruang dan waktu sehingga dapat menyebarkan informasi secara cepat. Salah satu media online yang digunakan adalah media sosial. Data dari We Are Social (2024) menunjukkan bahwa sebanyak 83.1% orang menggunakan media online untuk menemukan informasi (Habibah, 2021).

Instagram merupakan media sosial yang berbasis internet. Instagram merupakan media sosial yang efektif untuk digunakan karena menurut data dari We Are Social (2024) menunjukkan bahwa Instagram merupakan media sosial keempat terbanyak yang dikunjungi oleh orang Indonesia dengan pengunjung sebanyak 222 juta orang. Instagram sendiri digunakan oleh 85.3% dari jumlah populasi di Indonesia (Mahsyar et al., 2023).

Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Ahmad Dahlan (PMB UAD) yang merupakan bagian dari UAD yang memiliki fungsi untuk mengurus segala sesuatu mengenai penerimaan Mahasiswa baru termasuk mengenalkan ke khalayak mengenai UAD. Untuk memberikan informasi mengenai jadwal, program studi, pembayaran kuliah, dan lainnya PMB UAD menggunakan media sosial diantaranya Instagram, TikTok, dan YouTube. Salah satu media sosial yang digunakan oleh PMB UAD adalah Instagram dengan username @pmb_uad. Pada bulan Juli 2024, Instagram @pmb_uad memiliki jumlah pengikut sebanyak 43,8 ribu. Instagram @pmb_uad merupakan Instagram resmi milik UAD yang memiliki pengikut terbanyak kedua setelah akun Instagram @klik_uad.

Efektivitas merupakan suatu kondisi saat kualitas, kuantitas, dan waktu yang sesuai jika dilihat kemudian diukur berdasarkan tingkat keberhasilan suatu tujuan yang sebelumnya sudah direncanakan (Sari, 2022). Dalam hal komunikasi, suatu komunikasi dapat dinyatakan efektif apabila pengirim pesan memberikan informasi kepada penerima pesan dan penerima pesan dapat menerima pesan tersebut sebagaimana yang dimaksudkan sehingga adanya perubahan perilaku penerima pesan. Komunikasi yang efektif adalah ketika ada penerima pesan (user), konten (content), alat penyalur pesan (media), format (format), pengirim pesan (source), dan waktu yang sesuai (timing) (Hardjana, 2000).

Banyak penelitian yang membahas mengenai efektivitas penyampaian informasi. Diantaranya adalah penelitian milik (Laili et al., 2021) yang berjudul Efektivitas Akun Instagram @Jakpostimage dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa akun Instagram @Jakposimage memiliki tingkat efektivitas yang tinggi dalam memberikan informasi kepada followers. Selain itu ada pula penelitian milik (Fauziyyah & Rina, 2020) yang berjudul Literasi Media Digital : Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa akun Instagram @infobandungraya sudah sangat efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi followers.

Sama seperti penelitian sebelumnya milik (Laili et al., 2021) dan (Fauziyyah & Rina, 2020) penelitian ini juga mengukur mengenai efektivitas. Namun, dalam penelitian ini memiliki perbedaan yang signifikan terutama pada objek penelitian yang diteliti, peneliti memilih akun Instagram @pmb_uad karena akun tersebut merupakan akun yang menyediakan informasi mengenai seputar suatu Instansi pendidikan. Akun tersebut

menyediakan informasi mengenai penerimaan mahasiswa baru, jadwal, detail program studi, dan lainnya. Suatu hal yang berbeda adalah, akun Instagram @pmb_uad memiliki followers yang banyak jika dibandingkan dengan lainnya dan kontennya dikemas secara kreatif.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk membahas mengenai bagaimana Efektivitas Instagram dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi bagi Calon Mahasiswa Baru UAD.

Teori uses and gratification merupakan sebuah teori komunikasi massa yang diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam buku "The Uses of Mass Communications: Current Perspective on Gratification Research". Teori ini berfokus terhadap penggunaan media oleh individu untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Teori ini merupakan lawan dari teori peluru yang menganggap bahwa individu bersifat pasif, teori uses and gratification malah menganggap sebaliknya bahwa individu sebagai pengguna aktif yang memilih media berdasarkan tujuan tertentu. Katz (1974) menyatakan bahwa terdapat lima asumsi dasar dalam teori ini (Juditha & Darmawan, 2018):

- 1) Audiens diasumsikan bersifat aktif, artinya mereka menggunakan media dengan tujuan tertentu.
- 2) Individu mengambil inisiatif dalam memilih media yang dapat memuaskan kebutuhan mereka.
- 3) Media harus bersaing dengan berbagai sumber lain untuk memenuhi kebutuhan pengguna.
- 4) Individu dianggap cukup berpengetahuan untuk mengidentifikasi minat dan motivasi mereka dalam situasi tertentu.
- 5) Sebelum menilai signifikansi budaya dari media, kita harus melihat orientasi audiens terlebih dahulu.

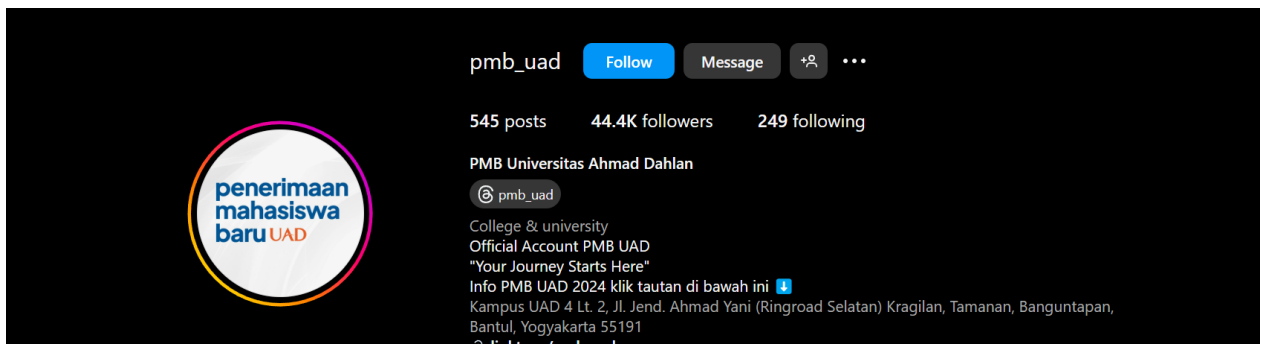
Berdasarkan asumsi-asumsi ini, dapat disimpulkan bahwa audiens memiliki tanggung jawab penuh dalam memilih media yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Media hanya dianggap sebagai faktor pendukung dalam memenuhi kebutuhan tersebut, dan harus mampu bersaing dengan media lain dalam memberikan informasi yang diinginkan oleh audiens. Teori ini menekankan bahwa penggunaan media adalah proses yang aktif dan dipandu oleh motivasi dan tujuan spesifik dari pengguna (Hadi et al., 2020).

Manusia, sebagai makhluk hidup, memiliki berbagai kebutuhan untuk menunjang kehidupannya, termasuk kebutuhan sandang, papan, pangan, dan informasi. Informasi diperlukan untuk mendukung aktivitas dan memenuhi kebutuhan hidup. (Juliantine et al., 2018; Laili et al., 2021) menyatakan bahwa manusia mencari informasi dan pengetahuan untuk mengatasi masalah yang dihadapi. Zipper menjelaskan bahwa kebutuhan informasi adalah kondisi di mana informasi berkontribusi signifikan terhadap individu, membantu dalam penilaian, menjawab pertanyaan, memecahkan masalah, atau memahami sesuatu (Febiola & Zuhri, 2021). Menurut (Guha et al., 2004), ada empat kategori kebutuhan informasi:

1. Current Need Approach : interaksi harmonis antara pengguna dan sistem informasi untuk meningkatkan pengetahuan melalui interaksi skala besar.
2. Everyday Need Approach : kebutuhan pengguna yang spesifik dan mendesak dengan informasi yang rutin ditemui.
3. Exhaustive Need Approach : ketergantungan informasi spesifik, relevan, dan lengkap untuk kebutuhan yang kuat dan komprehensif.
4. Catching-up Need Approach : informasi terbaru dan relevan secara ringkas dan mudah dipahami, menyoroti aspek-aspek penting secara lengkap namun singkat.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Metode kuantitatif deskriptif merupakan suatu metode yang digunakan untuk mendapatkan kesimpulan dan mendefinisikan suatu variabel bukan untuk mencari hubungan antar variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah followers akun Instagram @pmb_uad sebanyak 43.4 ribu orang. Populasi penelitian sendiri merupakan sumber informasi yang dapat berupa individu, organisasi, atau benda yang digunakan untuk pengumpulan data penelitian. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 100 orang yang dihitung menggunakan rumus Slovin yang akan diambil menggunakan teknik random sampling.



Gambar 1 : Followers Instagram @pmb_uad

Sumber : https://www.instagram.com/pmb_uad/

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data merupakan survey, untuk mempermudah mengambil data digunakan alat bantu berupa kuesioner. Setelah data didapatkan, data akan dilakukan uji validitas pearson product moment, uji reliabilitas cronbach alpha. Data akan dianalisis dengan analisis tabulasi sederhana, uji normalitas, dan pembuatan skor rata-rata untuk ditarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, peneliti membagikan kuesioner kepada 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden didominasi oleh laki-laki sebesar 50,5%, sedangkan perempuan sebesar 49,5%. Responden sebagian besar berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta (31%), diikuti oleh Jakarta dan Surabaya (masing-masing 13,5%), Bandung (13%), Makassar (10%), Palembang dan Semarang (masing-masing 9%), serta Lampung dan Banjarnegara (masing-masing 0,5%). Usia responden didominasi oleh kelompok usia 15-19 tahun, yang mencakup 50% dari total responden.

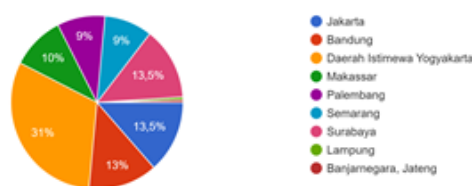


Diagram 1: Domisili Responden

Sumber: Olahan peneliti**Tabel 1 : Hasil Uji Validitas**

No	T Hitung	T Tabel 5% (100)	Keterangan
1	0,416	0,195	Valid
2	0,536	0,195	Valid
3	0,454	0,195	Valid
4	0,398	0,195	Valid
5	0,345	0,195	Valid
6	0,315	0,195	Valid
7	0,266	0,195	Valid
8	0,318	0,195	Valid
9	0,472	0,195	Valid
10	0,421	0,195	Valid
11	0,418	0,195	Valid
12	0,387	0,195	Valid
13	0,427	0,195	Valid
14	0,403	0,195	Valid
15	0,422	0,195	Valid
16	1,000	0,195	Valid

Sumber : olahan peneliti

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan valid karena nilai T hitung lebih tinggi dari T tabel. Dengan demikian, setiap pertanyaan dalam instrumen dianggap tepat dan konsisten dalam mengukur variabel yang dimaksud, memberikan keyakinan akan keakuratan dalam evaluasi variabel.

Tabel 2 Hasil Uji Reabilitas

No	Koefisien Reliabilitas	Jumlah Item	Keterangan
1	0,902	16	Realibel

Sumber : olahan peneliti

Berdasarkan uji reliabilitas dalam tabel di atas, nilai Cronbach Alpha sebesar 0,902. Menurut kriteria yang ditetapkan, angka ini menunjukkan bahwa hasil uji ini reliabel karena berada di atas 0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut tergolong reliabel.

Tabel 3 : Hasil Uji Normalitas

No	Asymp. Sig. (2-tailed)	Jumlah Item	Keterangan
1	0,200	100	Normal

Sumber : olahan peneliti

Dari tabel hasil Test of Normality melalui SPSS, nilai untuk variabel kebutuhan informasi sebesar 0,200. Kriteria pengujian normalitas ini adalah jika nilai probabilitas (sig) lebih besar dari $\alpha = 0,05$, maka hipotesis nol diterima. Karena nilai variabel kebutuhan informasi melebihi 0,05, dapat disimpulkan bahwa data tersebut menunjukkan distribusi yang normal.

Current Need Approach

Berdasarkan analisis skor untuk sub variabel Current Need Approach (Pendekatan Kebutuhan Informasi Terkini), diperoleh hasil nilai rata-rata sebesar 3.93. Hasil ini menunjukkan bahwa sub variabel tersebut berada dalam kategori "efektif". Dengan kata lain, followers akun Instagram @pmb_uad menunjukkan tingkat kepuasan yang memadai terhadap informasi yang mereka terima dari akun tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa akun Instagram @pmb_uad berhasil dalam menyediakan informasi terkini yang dibutuhkan dan diharapkan oleh calon mahasiswa baru.

Kesuksesan ini menandakan bahwa informasi yang disajikan oleh akun Instagram @pmb_uad relevan dan memenuhi kebutuhan akan informasi terkini calon mahasiswa. Konten yang diberikan mencakup berbagai aspek penting seperti jadwal pendaftaran, persyaratan masuk, informasi beasiswa, dan aktivitas kampus yang menarik minat calon mahasiswa baru. Secara keseluruhan, hasil ini menyimpulkan bahwa akun Instagram @pmb_uad sudah efektif dalam menyajikan informasi terkini yang relevan dan memperluas wawasan calon mahasiswa baru. Dengan mempertahankan dan meningkatkan kualitas informasi terkini yang disajikan, akun Instagram @pmb_uad dapat terus menjadi sumber informasi terkini yang terpercaya bagi calon mahasiswa baru.

Everyday Need Approach

Berdasarkan analisis skor untuk sub variabel Everyday Need Approach (Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin), diperoleh nilai rata-rata sebesar 3.88. Nilai ini menunjukkan bahwa sub variabel tersebut termasuk dalam kategori efektif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa followers akun Instagram @pmb_uad merasa puas dengan informasi yang diberikan. Mereka merasa informasi yang diterima jelas dan spesifik, serta mendapatkan update berita terkini secara rutin.

Ini menunjukkan bahwa akun Instagram @pmb_uad berhasil memenuhi kebutuhan informasi harian calon mahasiswa dengan baik. Dengan kata lain, calon mahasiswa merasa bahwa akun ini secara konsisten memberikan berita dan update yang relevan dan bermanfaat, mencerminkan efektivitas dalam pendekatan penyampaian informasi rutin. Secara keseluruhan, akun Instagram @pmb_uad telah menunjukkan kemampuan yang baik dalam menyajikan informasi harian yang dibutuhkan oleh calon mahasiswa.

Exhaustive Need Approach

Berdasarkan analisis skor untuk sub variabel Exhaustive Need Approach (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam), diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,11. Nilai ini menunjukkan bahwa sub variabel tersebut hampir memasuki kategori "efektif". Dengan

demikian, dapat disimpulkan bahwa followers akun Instagram @pmb_uad merasa puas dengan informasi yang diberikan. Mereka merasa informasi yang diterima mendalam dan luas.

Ini menunjukkan bahwa akun Instagram @pmb_uad berhasil memenuhi kebutuhan informasi mendalam calon mahasiswa dengan baik. Dengan kata lain, calon mahasiswa merasa bahwa akun ini secara konsisten memberikan informasi yang mendalam, luas, dan mendetail. Hal ini mencerminkan efektivitas dalam pendekatan penyampaian informasi mendalam. Secara keseluruhan, akun Instagram @pmb_uad telah menunjukkan kemampuan yang baik dalam menyajikan informasi yang dibutuhkan oleh calon mahasiswa. Kualitas informasi yang disampaikan dinilai mendalam dan komprehensif, sehingga calon mahasiswa dapat memperoleh wawasan yang lebih luas dan rinci mengenai berbagai aspek penting yang mereka butuhkan.

Catching-up Need Approach

Berdasarkan analisis skor untuk sub variabel Catching-Up Need Approach (Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas) (De Paula & Jabbour, 2020), diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,88. Nilai ini menunjukkan bahwa sub variabel tersebut dapat dikategorikan sebagai efektif. Dengan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @pmb_uad berhasil dalam memberikan informasi kepada para followers-nya dengan cara yang memadai.

Para followers merasa puas karena mereka mendapatkan update terbaru yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Akun Instagram @pmb_uad secara efektif memenuhi harapan pengikutnya dalam hal mendapatkan informasi sekilas yang relevan dan terkini. Ini menunjukkan bahwa akun tersebut mampu memberikan informasi yang cepat dan tepat waktu, yang sesuai dengan kebutuhan informasi yang cepat dan terupdate dari calon mahasiswa. Secara keseluruhan, akun Instagram @pmb_uad telah menunjukkan kemampuan yang baik dalam menyajikan informasi yang dibutuhkan oleh calon mahasiswa. Kualitas informasi yang disampaikan dinilai cepat, relevan, dan tepat waktu, sehingga calon mahasiswa dapat selalu mengikuti perkembangan terbaru dengan mudah dan efisien.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @pmb_uad menunjukkan tingkat keefektifan yang tinggi dalam memberikan informasi kepada calon mahasiswa. Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan followers aktif akun Instagram @pmb_uad, dengan kriteria mereka yang memiliki minat untuk menjadi mahasiswa UAD. Untuk mengukur efektivitas akun Instagram @pmb_uad dalam memenuhi kebutuhan followers, digunakan dua teori dasar yaitu teori uses and gratification dan teori pemenuhan kebutuhan informasi dari Guha. Penelitian ini mempertimbangkan sub variabel pendekatan kebutuhan informasi harian (Everyday Need Approach), kebutuhan informasi terkini (Current Need Approach), kebutuhan informasi mendalam (Exhaustive Need Approach), dan kebutuhan informasi sekilas (Catching-Up Need Approach).

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @pmb_uad telah efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi calon mahasiswa. Dengan kata lain, akun tersebut berhasil menyampaikan informasi dengan sangat baik dan menunjukkan pengaruh positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers, membuktikan efektivitas akun dalam hal ini.

BIBLIOGRAFI

- Akbar, M. R. (2021). Hubungan Media Massa Online dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 35–44.
- Arifin, F. N., & Aprianti, A. (2015). Efektivitas akun instagram@ filmnasional dalam pemenuhan kebutuhan informasi followers. *EProceedings of Management*, 2(3).
- De Paula, L. F., & Jabbour, E. (2020). The Chinese catching-up: A developmentalist approach. *Journal of Economic Issues*, 54(3), 855–875.
- Fauziyyah, S. N., & Rina, N. (2020). Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram@ infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers:-. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 13–24.
- Febiola, F. A. N., & Zuhri, S. (2021). Efektivitas Akun Instagram@ suarasurabayamedia dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi bagi Followers dari Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 7(1), 21–38.
- Guha, R., Kumar, R., Raghavan, P., & Tomkins, A. (2004). Propagation of trust and distrust. *Proceedings of the 13th International Conference on World Wide Web*, 403–412.
- Habibah, A. F. (2021). Era masyarakat informasi sebagai dampak media baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350–363.
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2020). Komunikasi massa. In *Komunikasi Massa*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Hardjana, A. (2000). *Audit komunikasi: Teori dan praktek*. Penerbit PT Grasindo.
- Juditha, C., & Darmawan, J. (2018). Penggunaan media digital dan partisipasi politik generasi milenial use of digital media and political participation milenial generation. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik Vol*, 22(2), 94–109.
- Juliantine, T., Rohmah, O., & Komariyah, L. (2018). *A Descriptive Study on Basketball Extracurricular Activity, Social Behavior and Physical Fitness*.
- Laili, A., Rahmawati, G. D., & Dzalila, L. (2021). Efektivitas Akun Instagram@ Jakpostimages dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 10(2), 101–109.
- Mahsyar, A. D. H., Tike, A., & Tajibu, K. (2023). Concept of Organizational Information in Reducing Uncertain Information (Hoax). *Jurnal Kajian Manajemen Dakwah*, 5(1), 22–30.
- Qudratullah, Q. (2016). Peran Dan Fungsi Komunikasi Massa. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 17(2), 41–46.
- Sari, M. P. (2022). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Dalam Memotivasi Kinerja Pengelola Lembaga Kemasyarakatan Di Kelurahan Pahlawan Kecamatan Medan Perjuangan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik [JIMSIPOL]*, 2(4).

Copyright holder:

Kharisa Alifia Putri, Iva Fikrani Deslia (2024)

First publication right:

[Syntax Idea](#)

This article is licensed under:

