

PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP AKUN INSTAGRAM @INFOUNP SEBAGAI MEDIA INFORMASI AKADEMIK

Muhammad Fadly, Desriyeni²

^{1,2}Universitas Negeri Padang

[1fadlyahmad4602@gmail.com](mailto:fadlyahmad4602@gmail.com), [2desriyeni@fbs.unp.ac.id](mailto:desriyeni@fbs.unp.ac.id)

ABSTRACT

This study aims to describe the perceptions of students of the Department of Information and Library Science, Padang State University, towards the Instagram account @infounp as an academic information medium. This study uses a quantitative approach with a descriptive method. The data collection technique was carried out by distributing online questionnaires to 78 active students who are followers of the @infounp account, with the sample determined using the Slovin formula. The research instrument was compiled based on five indicators of the Uses and Gratifications theory, namely: information needs, timeliness, clarity of information, ease of access, and user satisfaction. The results showed that students' perceptions of the @infounp Instagram account were generally in the very good category with an achievement score of 82.0%. From the analysis, the findings of the average score for each indicator were as follows: information needs (4.08), timeliness (3.97), clarity of information (4.17), ease of access (4.08), and user satisfaction (4.08). These findings indicate that the @infounp account has played an effective role in conveying academic information to students, although there are still notes regarding the clarity and interactivity in delivering its content.

Keywords: Information, Social Media, Instagram, Student Perception

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi Mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang terhadap akun Instagram @infounp sebagai media informasi akademik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada 78 mahasiswa aktif yang merupakan pengikut akun @infounp, dengan sampel ditentukan melalui rumus Slovin. Instrumen penelitian disusun berdasarkan lima indikator teori Uses and Gratifications, yaitu: kebutuhan informasi, ketepatan waktu, kejelasan informasi, kemudahan akses, dan kepuasan pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap akun Instagram @infounp secara umum berada dalam kategori sangat baik dengan skor capaian 82,0%. Dari hasil analisis, diperoleh temuan nilai skor rata-rata pada masing-masing indikator sebagai berikut: kebutuhan informasi (4,08), ketepatan waktu (3,97), kejelasan informasi (4,17) kemudahan akses (4,08), dan kepuasan pengguna (4,08). Temuan

ini mengindikasikan bahwa akun @infounp telah berperan secara efektif dalam menyampaikan informasi akademik kepada mahasiswa, meskipun masih terdapat catatan terkait kejelasan dan interaktivitas dalam penyampaian kontennya.

Kata Kunci: Informasi, Media Sosial, Instagram, Persepsi Mahasiswa

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap komunikasi dan penyebaran informasi di berbagai bidang, termasuk pendidikan tinggi. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah pemanfaatan media sosial sebagai saluran informasi utama di lingkungan kampus. Dengan lebih dari lima miliar pengguna aktif secara global, media sosial seperti Instagram menjadi *platform* yang sangat populer di kalangan mahasiswa karena kemampuannya dalam menyampaikan informasi secara visual, cepat, dan interaktif (Data Reportal, 2024; Kemp, 2025).

Meskipun media sosial menawarkan potensi besar dalam mendistribusikan informasi akademik, beberapa studi menunjukkan adanya kesenjangan antara ketersediaan media tersebut dan efektivitas penyampaian informasinya. Penelitian oleh Gopinda dan Nabila (2024) mengindikasikan bahwa sebagian besar mahasiswa Universitas Negeri

Padang (UNP) mengandalkan akun Instagram @infounp untuk memperoleh informasi akademik. Namun, hasil observasi awal menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan belum sepenuhnya lengkap atau responsif terhadap kebutuhan pengguna. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk mengevaluasi persepsi mahasiswa terhadap efektivitas media sosial akademik sebagai sarana penyampaian informasi.

Urgensi topik ini menjadi semakin signifikan mengingat mahasiswa, khususnya dari Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan, memiliki kompetensi literasi informasi yang tinggi dan mengandalkan saluran informasi digital untuk pengambilan keputusan akademik. Menurut Katz et al. (1974) dalam teori *Uses and Gratifications*, pengguna media memiliki harapan spesifik dalam mengakses konten, seperti ketepatan, kejelasan, kemudahan akses, dan relevansi. Ketika ekspektasi ini tidak terpenuhi,

kepercayaan terhadap media resmi dapat menurun dan berisiko tergantikan oleh sumber tidak kredibel (Hollebeek et al., 2014).

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji persepsi mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang terhadap akun Instagram @infounp sebagai media informasi akademik. Fokus utama terletak pada lima indikator: kebutuhan informasi, ketepatan waktu, kejelasan informasi, kemudahan akses, dan kepuasan pengguna. Dengan pendekatan kuantitatif deskriptif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran objektif mengenai sejauh mana akun tersebut mampu memenuhi harapan dan kebutuhan mahasiswa.

Kontribusi utama artikel ini adalah memperkaya literatur tentang efektivitas media sosial sebagai saluran informasi akademik dalam konteks pendidikan tinggi di Indonesia. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar evaluasi dan pengembangan strategi komunikasi digital institusi pendidikan, serta memberikan panduan praktis bagi pengelola akun media sosial kampus

agar lebih adaptif terhadap kebutuhan informasi mahasiswa.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memberikan gambaran objektif dan terukur mengenai persepsi mahasiswa terhadap akun Instagram @infounp sebagai media informasi akademik. Metode deskriptif digunakan karena memungkinkan peneliti menjelaskan dan menganalisis variabel persepsi berdasarkan indikator yang telah ditentukan (Sugiyono, 2020; Jaya, 2021). Penelitian dilaksanakan di lingkungan Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan, Universitas Negeri Padang. Pengumpulan data dilakukan secara daring melalui penyebaran kuesioner digital selama periode 4 hingga 12 Juni 2024.

Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswa aktif angkatan 2021 hingga 2024 di Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan. Teknik penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh total 78 responden. Kriteria inklusi

ditetapkan pada mahasiswa yang merupakan pengikut akun @infounp.

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang dikembangkan berdasarkan lima indikator teori Uses and Gratifications (Katz et al., 1974), yaitu: kebutuhan informasi, ketepatan waktu, kejelasan informasi, kemudahan akses, dan kepuasan pengguna. Validitas instrumen diuji dengan teknik korelasi Pearson, sementara reliabilitas diuji menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, yang menunjukkan nilai lebih dari 0,7 sehingga memenuhi kriteria reliabel. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner Google Form yang dibagikan kepada responden via grup WhatsApp jurusan. Responden diminta mengisi secara mandiri sesuai persepsi masing-masing.

Data yang terkumpul dianalisis secara kuantitatif menggunakan metode statistik deskriptif dengan bantuan perangkat lunak Microsoft Excel dan Google Sheets. Skor masing-masing indikator dianalisis menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur tingkat persepsi responden terhadap variabel yang diteliti.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang terhadap akun Instagram @infounp sebagai media informasi akademik. Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap 78 responden, diperoleh skor capaian keseluruhan sebesar 82,0%, yang mengindikasikan bahwa persepsi mahasiswa berada dalam kategori "sangat baik." Penilaian ini didasarkan pada lima indikator utama dari teori Uses and Gratifications (Katz et al., 1974), yakni kebutuhan informasi, ketepatan waktu, kejelasan informasi, kemudahan akses, dan kepuasan pengguna.

Tabel 1. **Distribusi Frekuensi Data pada Semua Indikator**

Skor (S)	Frekuensi (F)	(S) x (F)
5	582	2.910
4	1040	4.160
3	254	762
2	50	100
1	24	24
Σ	1.950	7.956
Skor Ideal	$5 \times 25 \times 78 = 9.750$	
Tingkat Capaian	$7.956/9.750 \times 100\% = 82,0\%$	

1. Kebutuhan Informasi

Indikator kebutuhan informasi memperoleh skor rata-rata sebesar 4,08. Ini menunjukkan bahwa

mahasiswa menganggap akun @infounp mampu memenuhi kebutuhan informasi akademik mereka, terutama yang berkaitan dengan jadwal kuliah, pengumuman akademik, kegiatan kampus, hingga informasi beasiswa. Hal ini diperkuat oleh pernyataan yang paling dominan, yakni "Mahasiswa menggunakan akun Instagram @infounp untuk mendapatkan informasi akademik terbaru" yang mencatat skor tertinggi (4,43). Temuan ini sejalan dengan penelitian Sari dan Ardoni (2024) yang menyatakan bahwa media sosial dengan frekuensi unggahan tinggi dan relevansi konten yang kuat cenderung memenuhi kebutuhan informasi penggunaannya.

Lebih jauh, kebutuhan informasi merupakan motivasi primer dalam konteks pemanfaatan media sosial akademik. Dalam teori Uses and Gratifications, pengguna aktif memilih media yang dianggap paling mampu memenuhi tujuannya, dan dalam kasus ini, mahasiswa cenderung mengakses @infounp sebagai sumber utama ketimbang kanal informasi lainnya karena kemudahan dan kecepatan aksesnya. Ini menunjukkan pergeseran paradigma dari media tradisional ke media digital

berbasis sosial sebagai sumber dominan dalam lingkungan akademik.

2. Ketersediaan dan Ketepatan Waktu Informasi

Indikator ketepatan waktu memiliki skor rata-rata 3,97. Meskipun nilainya masih termasuk tinggi, indikator ini mencerminkan adanya persepsi yang sedikit lebih rendah dibanding indikator lainnya. Mahasiswa mengakui bahwa akun @infounp cukup cepat dalam merespon kebutuhan informasi, namun beberapa responden menyoroti adanya keterlambatan update dalam momen-momen krusial seperti jadwal pembayaran UKT, perubahan kalender akademik, dan informasi teknis pelaksanaan wisuda.

Fenomena ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap ketepatan waktu tidak hanya ditentukan oleh seberapa sering akun melakukan unggahan, tetapi juga oleh konteks urgensi informasi tersebut. Dalam situasi akademik yang dinamis, keterlambatan informasi dapat mempengaruhi keputusan administratif mahasiswa. Hal ini konsisten dengan pendapat Suhendra dan Pratiwi (2024) bahwa kecepatan adalah elemen kritis dalam efektivitas saluran informasi digital, terutama di

sektor pendidikan tinggi yang mengandalkan ketepatan jadwal.

3. Kejelasan dan Kredibilitas Informasi

Indikator kejelasan dan kredibilitas informasi memperoleh skor rata-rata 4,17—yang merupakan skor tertinggi di antara kelima indikator. Ini mencerminkan bahwa mahasiswa menilai konten yang disampaikan oleh akun @infounp sebagai informasi yang jelas, tidak membingungkan, dan berasal dari sumber yang sah. Validitas informasi menjadi sangat penting, terlebih di tengah era digital yang sarat dengan misinformasi.

Dalam konteks ini, kredibilitas akun yang secara resmi terafiliasi dengan institusi UNP memainkan peran penting. Sebagaimana dikemukakan oleh Metzger et al. (2020), audiens digital lebih cenderung percaya pada informasi yang datang dari akun resmi dengan identitas institusional yang kuat dan gaya penyajian profesional. Visualisasi yang konsisten, tata bahasa yang formal namun komunikatif, serta narasi yang sesuai dengan konteks akademik memperkuat persepsi ini.

4. Kemudahan Akses

Indikator kemudahan akses memperoleh skor rata-rata 4,08. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa merasa mudah mengakses konten yang tersedia di akun @infounp. Fitur-fitur Instagram seperti highlight stories, explore, dan search mempermudah navigasi informasi, sementara desain visual yang responsif mendukung pengalaman pengguna. Sejalan dengan pendapat Nasrullah (2022), kemudahan akses merupakan salah satu dimensi penting dalam penyampaian informasi digital.

Akun @infounp dinilai mampu memanfaatkan antarmuka Instagram secara optimal. Misalnya, informasi penting yang diposting melalui story disimpan dalam highlight, yang mempermudah pengguna untuk mengakses kembali informasi meskipun telah lewat dari 24 jam. Ini menegaskan bahwa strategi kurasi konten sangat menentukan persepsi mahasiswa terhadap kemudahan akses.

5. Kepuasan Pengguna

Indikator terakhir yaitu kepuasan pengguna memperoleh skor 4,08. Mahasiswa menyatakan merasa puas terhadap informasi yang diberikan

akun @infounp, baik dari segi konten, keterkinian informasi, maupun manfaat praktisnya. Kepuasan ini berkorelasi dengan intensitas penggunaan dan loyalitas, yang terlihat dari tingginya skor pada pernyataan “Mahasiswa akan terus mengikuti akun @infounp karena informasinya bermanfaat” (4,23). Dalam konteks literatur, hal ini didukung oleh Hollebeek et al. (2014) yang menegaskan bahwa keterlibatan dan kepuasan pengguna dalam media sosial akademik erat kaitannya dengan kualitas konten dan bentuk interaksi yang ditawarkan.

Namun demikian, beberapa catatan muncul dari temuan kualitatif berupa saran perbaikan dari mahasiswa, seperti perlunya respons lebih aktif terhadap komentar pengguna, pemanfaatan fitur Live untuk diskusi terbuka, serta penyampaian konten yang lebih tersegmentasi berdasarkan kepentingan akademik tiap fakultas.

E. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @infounp dipersepsi secara sangat positif oleh mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan

Universitas Negeri Padang sebagai media informasi akademik. Dengan capaian skor sebesar 82,0%, seluruh indikator dari teori Uses and Gratifications—yakni kebutuhan informasi, ketepatan waktu, kejelasan informasi, kemudahan akses, dan kepuasan pengguna—menunjukkan nilai rata-rata yang tinggi.

Temuan utama mengindikasikan bahwa mahasiswa memanfaatkan akun @infounp secara aktif untuk memperoleh informasi akademik yang aktual, kredibel, dan mudah diakses. Namun, masih terdapat ruang perbaikan pada aspek ketepatan waktu dan interaktivitas, yang menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan dan kepuasan jangka panjang. Hasil ini memperkuat relevansi teori Uses and Gratifications dalam konteks media sosial akademik, dan menegaskan bahwa strategi komunikasi digital institusi pendidikan harus berorientasi pada kebutuhan informasi pengguna secara spesifik.

DAFTAR PUSTAKA

- Data Reportal. (2024). *Digital 2024: Global overview report*.
- Gopinda, M., & Nabila, J. (2024). Pengaruh pemanfaatan Instagram @infounp terhadap kepuasan

- pengguna mahasiswa Departemen Ilmu Informasi Perpustakaan Universitas Negeri Padang. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 12(1), 35–50.
- Hollebeek, L. D., Glynn, M. S., & Brodie, R. J. (2014). Consumer brand engagement in social media: Conceptualization, scale development and validation. *Journal of interactive marketing*, 28(2), 149-165.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The public opinion quarterly*, 37(4), 509-523.
- Kemp, S. (2025). *Global social media trends January 2025*. DataReportal.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif: Teori, penerapan, dan riset nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Metzger, M. J., Flanagin, A. J., & Medders, R. B. (2020). Social media, credibility, and trust: A study of information evaluation and perceived source expertise in online contexts. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(1), 38–58.
- Nasrullah, R. (2022). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi (2nd ed.)*. Kencana.
- Sari, N. P., & Ardoni, A. (2024). Kebutuhan informasi followers akun Instagram @kabarpessel. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(4), 15328–15337.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhendra, S., & Pratiwi, F. S. (2024). Peran komunikasi digital dalam pembentukan opini publik: Studi kasus media sosial. *In Iapa Proceedings Conference (pp. 293-315)*.