

**EFEKTIVITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM @UNINDRA.INFO DALAM  
MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI MAHASISWA UNINDRA KELAS  
EKSTENSI**

**Aulia Rahmawati<sup>1</sup>, Destriana Dwi Amanda Lubis<sup>2</sup>, Nur Rohmah<sup>3</sup>,  
Syarifudin Yunus<sup>4</sup>**

Universitas Indraprasta PGRI

[auliarrahmaawati@gmail.com](mailto:auliarrahmaawati@gmail.com) , [destrianaamandal@gmail.com](mailto:destrianaamandal@gmail.com) , [rohmanur900@gmail.com](mailto:rohmanur900@gmail.com)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas penggunaan Instagram @unindra.info dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa UNINDRA kelas ekstensi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Forms. Sampel penelitian berjumlah 15 responden yang dipilih menggunakan teknik *convenience sampling*. Instrumen penelitian terdiri atas 20 pernyataan dengan skala Likert lima poin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 46,7% responden menilai penggunaan Instagram @unindra.info cukup efektif, 26,7% menilai efektif, dan 26,7% menilai sangat efektif. Nilai rata-rata keseluruhan aspek penelitian adalah 3,61 dari skala 5. Aspek relevansi informasi dengan kebutuhan mahasiswa serta manfaat dan kecukupan informasi memperoleh nilai rata-rata tertinggi, yaitu 3,71, sedangkan aspek kejelasan dan penyajian informasi memperoleh nilai terendah, yaitu 3,51. Informasi yang paling dibutuhkan responden adalah pengumuman kampus sebesar 40%, diikuti informasi akademik sebesar 26,7%. Responden juga menyarankan agar informasi diperbarui secara rutin, disajikan secara lengkap, dan dikemas dengan desain yang menarik serta mudah dipahami. Dengan demikian, Instagram @unindra.info dinilai cukup efektif hingga sangat efektif oleh responden sebagai salah satu media untuk memperoleh informasi kampus. Namun, peningkatan kejelasan penyajian dan kelengkapan informasi masih diperlukan. Hasil penelitian ini bersifat deskriptif dan terbatas pada jumlah responden yang diteliti.

Kata kunci: efektivitas, Instagram, kebutuhan informasi, mahasiswa kelas ekstensi, media sosial.

**Abstract**

*This study aims to determine the effectiveness of using Instagram @unindra.info in fulfilling the information needs of extension-class students at UNINDRA. This research employs a descriptive quantitative approach, with data collected through an online questionnaire distributed using Google Forms. The study involved 15 respondents selected through convenience sampling. The research instrument consisted of 20 statements measured using a five-point Likert scale. The results indicate that 46.7% of respondents considered the use of Instagram @unindra.info to be fairly effective, 26.7% considered it effective, and 26.7% considered it very effective. The overall mean score across the research aspects was 3.61 out of 5. The relevance of information to students' needs and the usefulness and adequacy of*

*information received the highest mean scores, at 3.71, while the clarity and presentation of information received the lowest mean score, at 3.51. The most needed information among respondents was campus announcements, accounting for 40%, followed by academic information at 26.7%. Respondents also suggested that information should be updated regularly, presented comprehensively, and delivered through attractive and easy-to-understand designs. Therefore, Instagram @unindra.info is perceived by respondents as fairly effective to very effective as a medium for obtaining campus-related information. However, improvements in the clarity of presentation and completeness of information are still needed. The findings are descriptive in nature and limited to the number of respondents involved in the study.*

*Keywords: effectiveness, Instagram, information needs, extension-class students, social media*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan terhadap cara masyarakat memperoleh dan menyebarkan informasi. Kehadiran internet memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses berbagai informasi secara cepat dan praktis. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2025, tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 80,66%, dengan sekitar 229,43 juta penduduk telah terkoneksi dengan internet. Data tersebut menunjukkan bahwa internet memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat, termasuk dalam mendukung aktivitas pendidikan dan pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa.

Salah satu bentuk pemanfaatan internet adalah media sosial. Menurut Nitami (2023), media sosial merupakan media daring yang memungkinkan penggunanya untuk beradaptasi, berbagi, dan menciptakan isi melalui berbagai platform, seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Deryansyah dkk. (2022) membahas pemanfaatan media sosial dalam perkembangan digitalisasi. Media sosial dapat digunakan sebagai sarana komunikasi, interaksi, serta penyebaran dan pertukaran informasi antarpengguna. Dalam lingkungan pendidikan, media sosial berpotensi membantu mahasiswa memperoleh informasi mengenai kegiatan akademik maupun nonakademik. Namun, informasi yang disampaikan melalui media sosial perlu disesuaikan dengan kebutuhan pengguna agar dapat memberikan manfaat secara optimal. Yunus (2019) menegaskan setiap media memiliki filosofi penyajian berita dan teknis pengelolaan sesuai dengan audiens-nya. Oleh karena itu, media massa atau media sosial semestinya mampu menjadi sarana belajar untuk mengetahui berbagai informasi dan peristiwa yang benar-benar terjadi.

Salah satu platform media sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana penyampaian informasi adalah Instagram. Siahaan dkk. (2022) membahas Instagram sebagai sarana

komunikasi di lingkungan masyarakat. Melalui berbagai fitur yang tersedia, Instagram memungkinkan pengguna membagikan informasi dalam bentuk foto, video, dan teks serta berinteraksi dengan pengguna lainnya. Dalam lingkungan perguruan tinggi, platform ini dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan pengumuman, informasi kegiatan kampus, dan berbagai informasi perkuliahan kepada mahasiswa. Karakteristik tersebut menjadikan Instagram sebagai salah satu media yang berpotensi mendukung penyebaran informasi di lingkungan akademik.

Potensi Instagram sebagai media penyampaian informasi juga terlihat dari jangkauannya. Berdasarkan laporan DataReportal (2026) dalam *Digital 2026: Indonesia*, jangkauan iklan Instagram di Indonesia diperkirakan mencapai 108 juta pada akhir 2025. Angka tersebut merupakan estimasi jangkauan iklan, bukan jumlah pasti pengguna aktif Instagram. Meskipun demikian, data tersebut memberikan gambaran mengenai potensi jangkauan Instagram dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dalam konteks perguruan tinggi, potensi tersebut dapat dimanfaatkan untuk membantu penyebaran informasi kepada mahasiswa secara lebih luas.

Kebutuhan informasi merupakan salah satu aspek penting dalam menunjang kegiatan perkuliahan. Mahasiswa membutuhkan berbagai informasi, seperti jadwal perkuliahan, pengumuman akademik, kegiatan kampus, prosedur administrasi, dan informasi lain yang berkaitan dengan proses pendidikan. Informasi yang relevan, jelas, dan mudah diakses dapat membantu mahasiswa mengetahui perkembangan kegiatan akademik serta memperoleh informasi yang dibutuhkan. Oleh karena itu, penggunaan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi perlu dikaji untuk mengetahui sejauh mana media tersebut dapat memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas penggunaan media sosial dalam penyampaian dan pemenuhan kebutuhan informasi. Sari dan Rina (2022) meneliti pengaruh konten Instagram @laakfkb terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa tingkat akhir Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa konten Instagram @laakfkb berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa, dengan kontribusi sebesar 54,9%. Sementara itu, sebesar 45,1% berkaitan dengan faktor lain di luar kontribusi konten Instagram yang diteliti. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konten Instagram memiliki peran dalam pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa, meskipun terdapat faktor lain yang turut berperan.

Penelitian berikutnya dilakukan oleh Oktivera dkk. (2024) yang membahas pemilihan media sosial dalam pemenuhan informasi untuk memilih perguruan tinggi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa informasi akademik dan nonakademik melalui media sosial perguruan tinggi memengaruhi 55% responden dalam memilih perguruan tinggi. Temuan ini memperlihatkan bahwa media sosial dapat berperan dalam menyediakan informasi yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan pendidikan. Namun, penelitian tersebut berfokus pada calon mahasiswa yang sedang mempertimbangkan pilihan perguruan tinggi, bukan mahasiswa yang telah menjalani kegiatan perkuliahan.

Hidayatullah dan Winduwati (2023) mengkaji selektivitas generasi Z dalam memilih media informasi di Instagram. Penelitian tersebut membahas cara mahasiswa memilih dan mengakses informasi melalui Instagram. Kajian ini relevan untuk memahami penggunaan Instagram sebagai sumber informasi, tetapi fokusnya berbeda dari penelitian yang mengukur efektivitas suatu akun dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa pada perguruan tinggi tertentu. Selain itu, penelitian mengenai pemanfaatan Instagram oleh Diskominfo Kota Batam mengangkat penggunaan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat. Berbagai penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi, tetapi efektivitasnya perlu dilihat berdasarkan tujuan penggunaan, jenis informasi, dan karakteristik penggunanya.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, penelitian mengenai efektivitas penggunaan Instagram dalam memenuhi kebutuhan informasi masih perlu dikaji sesuai dengan konteks dan kelompok pengguna yang diteliti. Berdasarkan penelusuran literatur yang dilakukan, penelitian ini secara khusus berfokus pada akun Instagram @unindra.info dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa Universitas Indraprasta PGRI (UNINDRA) kelas ekstensi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada akun yang menjadi objek kajian, konteks informasi yang disampaikan, serta karakteristik responden. Jika Sari dan Rina (2022) meneliti konten akun @laakfkb dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa tingkat akhir Fakultas Komunikasi dan Bisnis, penelitian ini mengkaji akun @unindra.info yang menyampaikan informasi terkait perkuliahan di lingkungan UNINDRA. Selain itu, responden penelitian ini secara khusus adalah mahasiswa UNINDRA kelas ekstensi. Fokus tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai efektivitas akun Instagram @unindra.info berdasarkan kebutuhan informasi kelompok mahasiswa yang diteliti.

Akun Instagram @unindra.info merupakan salah satu akun yang menyampaikan informasi terkait perkuliahan di lingkungan UNINDRA. Akun tersebut memiliki sekitar 66,6 ribu pengikut berdasarkan informasi yang tercantum pada profil Instagram dan memuat berbagai konten terkait informasi perkuliahan. Jumlah pengikut tersebut menunjukkan jangkauan audiens akun, tetapi belum dapat dijadikan ukuran langsung untuk menyimpulkan bahwa informasi yang disampaikan telah efektif dalam memenuhi kebutuhan mahasiswa. Oleh karena itu, efektivitas akun perlu dikaji berdasarkan sejauh mana informasi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa, mudah diakses, jelas dipahami, dan dapat dimanfaatkan untuk menunjang kegiatan perkuliahan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian berjudul “Efektivitas Penggunaan Instagram @unindra.info dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Mahasiswa UNINDRA Kelas Ekstensi” penting untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas penggunaan Instagram @unindra.info dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa UNINDRA kelas ekstensi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai peran akun tersebut sebagai media penyampaian informasi perkuliahan sekaligus menjadi bahan evaluasi dalam meningkatkan kesesuaian, kejelasan, dan kebermanfaatan informasi yang disampaikan kepada mahasiswa.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei. Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan penilaian mahasiswa Universitas Indraprasta PGRI (UNINDRA) kelas ekstensi terhadap efektivitas penggunaan akun Instagram @unindra.info dalam memenuhi kebutuhan informasi perkuliahan.

Responden dalam penelitian ini berjumlah 15 mahasiswa UNINDRA kelas ekstensi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel nonprobabilitas yang didasarkan pada kemudahan peneliti dalam menjangkau responden yang bersedia berpartisipasi. Menurut Jaya (2024), teknik *convenience sampling* memiliki kelebihan berupa efisiensi waktu dan biaya serta kemudahan dalam pelaksanaannya. Namun, teknik ini juga memiliki keterbatasan, antara lain potensi bias sampel dan terbatasnya kemampuan untuk menggeneralisasikan hasil penelitian. Oleh karena itu, teknik ini digunakan karena pengumpulan data dilakukan secara daring dengan melibatkan mahasiswa yang dapat dijangkau dan bersedia mengisi kuesioner. Dengan demikian, hasil

penelitian ini terbatas pada responden yang diteliti dan tidak dapat digeneralisasikan kepada seluruh mahasiswa UNINDRA kelas ekstensi.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Forms. Instrumen penelitian terdiri atas 20 pernyataan tertutup dengan menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, dan 5 = Sangat Setuju. Pernyataan tersebut digunakan untuk memperoleh penilaian responden mengenai penggunaan akun Instagram, kemudahan akses informasi, kejelasan penyajian informasi, kesesuaian informasi dengan kebutuhan mahasiswa, serta manfaat dan kecukupan informasi yang diperoleh melalui akun Instagram @unindra.info.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan statistik deskriptif melalui perhitungan frekuensi, persentase, dan rata-rata skor jawaban responden. Hasil pengolahan data disajikan dalam bentuk diagram dan tabel untuk mempermudah pembacaan serta interpretasi data. Selanjutnya, hasil tersebut dianalisis secara deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai efektivitas penggunaan Instagram @unindra.info dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa UNINDRA kelas ekstensi. Penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menguji hubungan sebab-akibat, melainkan untuk mendeskripsikan penilaian responden berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

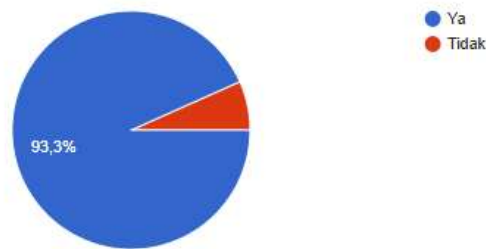
Pembahasan dalam penelitian berjudul “Efektivitas Penggunaan Instagram @unindra.info dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Mahasiswa UNINDRA Kelas Ekstensi” berfokus untuk mengetahui sejauh mana akun Instagram @unindra.info efektif dalam menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh mahasiswa Universitas Indraprasta PGRI (UNINDRA) kelas ekstensi. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 15 responden. Aspek yang diteliti meliputi penggunaan akun Instagram, kemudahan akses informasi, kejelasan penyajian informasi, kesesuaian informasi dengan kebutuhan mahasiswa, serta manfaat dan kecukupan informasi yang diperoleh.

### **1. Karakteristik Penggunaan Instagram @unindra.info**

#### **Diagram 1. Frekuensi Mengetahui akun Instagram @unindra.info**

Apakah kamu tau Instagram @unindra.info?

15 jawaban



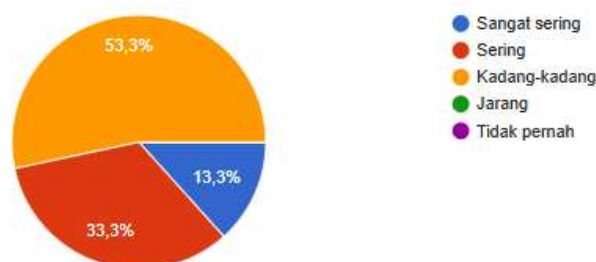
Berdasarkan Diagram 1, sebanyak 14 responden (93,3%) menyatakan mengetahui akun Instagram @unindra.info, sedangkan 1 responden (6,7%) menyatakan tidak mengetahui akun tersebut. Selain itu, berdasarkan hasil kuesioner, seluruh responden menyatakan mengikuti akun Instagram @unindra.info.

Hasil ini menunjukkan bahwa akun Instagram @unindra.info telah dikenal oleh sebagian besar responden penelitian. Tingginya persentase responden yang mengetahui akun tersebut menunjukkan bahwa Instagram @unindra.info berpotensi menjadi salah satu media penyampaian informasi kampus. Namun, tingkat pengenalan terhadap akun belum dapat dijadikan ukuran langsung untuk menentukan efektivitasnya dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa UNINDRA kelas ekstensi.

**Diagram 2. Frekuensi melihat konten Instagram @unindra.info**

Seberapa sering Anda melihat konten dari Instagram @unindra.info?

15 jawaban



Berdasarkan Diagram 2, frekuensi responden dalam melihat konten Instagram @unindra.info menunjukkan hasil yang beragam. Sebanyak 8 responden (53,3%) menyatakan kadang-kadang melihat konten, 5 responden (33,3%) menyatakan sering melihat konten, dan 2

responden (13,3%) menyatakan sangat sering melihat konten yang diunggah melalui akun tersebut.

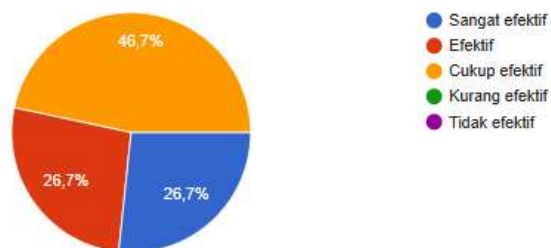
Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun responden mengikuti akun Instagram @unindra.info, intensitas mereka dalam mengakses konten masih berbeda-beda. Sebagian besar responden hanya melihat konten secara berkala, sehingga informasi yang disampaikan belum tentu selalu diperhatikan. Oleh karena itu, penyajian informasi yang relevan, jelas, menarik, dan mudah ditemukan perlu diperhatikan agar akun Instagram @unindra.info dapat dimanfaatkan secara lebih optimal sebagai sumber informasi kampus bagi mahasiswa UNINDRA kelas ekstensi.

## 2. Efektivitas Instagram @unindra.info Secara Keseluruhan

Berdasarkan pertanyaan mengenai efektivitas akun Instagram @unindra.info dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa, diperoleh hasil sebagai berikut.

**Diagram 3. Efektivitas Instagram @unindra.info**

21. Secara keseluruhan, bagaimana pendapat Anda mengenai efektivitas Instagram @unindra.info dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa?  
15 jawaban



Berdasarkan Diagram 3, sebanyak 7 responden (46,7%) menilai penggunaan Instagram @unindra.info cukup efektif, 4 responden (26,7%) menilai efektif, dan 4 responden (26,7%) menilai sangat efektif. Dengan demikian, seluruh responden (100%) memberikan penilaian pada kategori cukup efektif hingga sangat efektif, dengan 53,3% responden memberikan penilaian efektif atau sangat efektif.

Hasil ini menunjukkan bahwa akun Instagram @unindra.info memperoleh penilaian positif dari responden sebagai salah satu media dalam memenuhi kebutuhan informasi kampus. Meskipun demikian, kategori cukup efektif menjadi penilaian yang paling banyak dipilih, sehingga menunjukkan bahwa masih terdapat aspek yang perlu ditingkatkan dalam penyampaian informasi. Oleh karena itu, peningkatan kualitas konten, kejelasan informasi, dan kesesuaian informasi dengan kebutuhan mahasiswa perlu diperhatikan agar akun Instagram

@unindra.info dapat dimanfaatkan secara lebih optimal oleh mahasiswa UNINDRA kelas ekstensi.

### 3. Hasil Penilaian Berdasarkan Aspek Penelitian

Penilaian terhadap 20 pernyataan dalam kuesioner menggunakan skor numerik 1–5. Berdasarkan pengolahan data, diperoleh rata-rata skor untuk setiap aspek sebagai berikut.

**Tabel 1. Data primer hasil kuesioner, diolah peneliti (2026)**

| Aspek penelitian                                | Rata-rata skor |
|-------------------------------------------------|----------------|
| Penggunaan akun Instagram                       | 3,67           |
| Kemudahan akses informasi                       | 3,58           |
| Kejelasan dan penyajian informasi               | 3,51           |
| Kesesuaian informasi dengan kebutuhan mahasiswa | 3,71           |
| Manfaat informasi mengenai kampus               | 3,53           |
| Manfaat dan kecukupan informasi                 | 3,71           |
| <b>Rata-rata keseluruhan</b>                    | <b>3,61</b>    |

Berdasarkan tabel tersebut, rata-rata keseluruhan penilaian responden adalah 3,61 dari skala 5. Aspek kesesuaian informasi dengan kebutuhan mahasiswa serta manfaat dan kecukupan informasi memperoleh rata-rata tertinggi, yaitu 3,71. Sementara itu, aspek kejelasan dan penyajian informasi memperoleh rata-rata terendah, yaitu 3,51.

Hasil ini menunjukkan bahwa responden cenderung memberikan penilaian positif terhadap kesesuaian dan manfaat informasi yang disampaikan melalui Instagram @unindra.info. Meskipun demikian, penyajian informasi masih perlu diperhatikan agar konten lebih jelas, menarik, dan mudah dipahami oleh mahasiswa.

### 4. Jenis Informasi yang Paling Dibutuhkan Mahasiswa

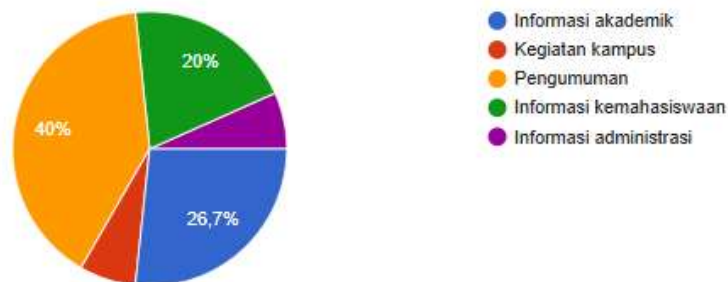
Berdasarkan jawaban responden mengenai informasi yang paling sering dicari atau dibutuhkan melalui Instagram @unindra.info, diperoleh hasil sebagai berikut.

**Diagram 4. Jenis informasi yang dibutuhkan mahasiswa @unindra.info**

22. Informasi apa yang paling sering Anda cari atau butuhkan dari Instagram @unindra.info?



15 jawaban



Berdasarkan Diagram 4, pengumuman kampus merupakan jenis informasi yang paling banyak dibutuhkan oleh responden, yaitu sebanyak 6 orang (40,0%). Selanjutnya, informasi akademik dipilih oleh 4 responden (26,7%), diikuti informasi kemahasiswaan sebanyak 3 responden (20,0%). Sementara itu, informasi administrasi dan kegiatan kampus masing-masing dipilih oleh 1 responden (6,7%).

Hasil ini menunjukkan bahwa kebutuhan informasi responden cenderung berfokus pada informasi yang berkaitan dengan aktivitas perkuliahan dan lingkungan kampus. Pengumuman kampus dan informasi akademik menjadi jenis informasi yang paling banyak dipilih karena berkaitan dengan kebutuhan mahasiswa dalam memperoleh informasi mengenai kegiatan dan pelaksanaan perkuliahan. Temuan ini menunjukkan pentingnya penyampaian informasi yang relevan, jelas, dan diperbarui secara berkala agar akun Instagram @unindra.info dapat mendukung pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa UNINDRA kelas ekstensi secara lebih optimal.

### 5. Saran Responden terhadap Akun Instagram @unindra.info

Berdasarkan jawaban terbuka dalam kuesioner, beberapa responden menyampaikan saran untuk meningkatkan kualitas informasi yang disajikan melalui Instagram @unindra.info. Saran yang muncul meliputi perlunya pembaruan informasi secara berkala, penyajian informasi yang lebih lengkap, penggunaan desain yang menarik dan ringkas, serta peningkatan kemudahan dalam menemukan kembali informasi penting.

Beberapa responden juga menyarankan agar informasi seperti jadwal akademik, tanggal ujian, dan pengumuman kampus disampaikan secara jelas dan diperbarui secara rutin. Selain itu, penggunaan poster, infografis, carousel, video singkat, dan fitur Sorotan Instagram

(*Highlights*) dinilai dapat membantu mahasiswa memahami serta menemukan kembali informasi yang dibutuhkan.

Dengan demikian, saran responden mengarah pada pentingnya peningkatan kualitas isi dan tampilan informasi, bukan hanya frekuensi unggahan. Informasi yang lengkap, jelas, aktual, dan mudah diakses diharapkan dapat meningkatkan efektivitas akun Instagram @unindra.info sebagai media informasi kampus.

Berdasarkan hasil penelitian, Instagram @unindra.info dinilai cukup positif sebagai salah satu media penyampaian informasi kampus bagi mahasiswa UNINDRA kelas ekstensi yang menjadi responden penelitian. Hal ini terlihat dari penilaian efektivitas secara keseluruhan, dengan 7 responden (46,7%) menilai akun tersebut cukup efektif, 4 responden (26,7%) menilai efektif, dan 4 responden (26,7%) menilai sangat efektif. Berdasarkan penilaian per aspek, kesesuaian informasi dengan kebutuhan mahasiswa serta manfaat dan kecukupan informasi memperoleh skor rata-rata tertinggi, yaitu 3,71 dari skala 5. Sementara itu, aspek kejelasan dan penyajian informasi memperoleh skor rata-rata terendah, yaitu 3,51.

Selain itu, pengumuman kampus merupakan jenis informasi yang paling banyak dipilih responden, yaitu sebanyak 6 orang (40,0%), diikuti informasi akademik sebanyak 4 orang (26,7%). Masukan responden juga menekankan pentingnya pembaruan informasi secara berkala, kelengkapan isi, desain yang menarik dan ringkas, serta kemudahan menemukan kembali informasi penting. Temuan ini menunjukkan bahwa upaya peningkatan kualitas akun dapat diarahkan pada penyampaian informasi yang relevan, jelas, lengkap, dan mudah diakses. Meskipun demikian, hasil penelitian ini terbatas pada 15 responden yang dipilih menggunakan teknik *convenience sampling*, sehingga temuannya perlu dipahami sebagai gambaran deskriptif dari responden yang berpartisipasi dan tidak dapat langsung digeneralisasikan kepada seluruh mahasiswa UNINDRA kelas ekstensi.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai efektivitas penggunaan Instagram @unindra.info dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa UNINDRA kelas ekstensi, dapat disimpulkan bahwa akun tersebut dinilai cukup positif sebagai salah satu media penyampaian informasi kampus oleh responden penelitian. Dari 15 responden, sebanyak 7 orang (46,7%) menilai akun tersebut cukup efektif, 4 orang (26,7%) menilai efektif, dan 4 orang (26,7%) menilai sangat efektif. Hasil ini menunjukkan bahwa akun Instagram @unindra.info berpotensi

membantu mahasiswa memperoleh informasi yang berkaitan dengan kegiatan perkuliahan dan lingkungan kampus.

Berdasarkan penilaian terhadap aspek penelitian, rata-rata skor keseluruhan mencapai 3,61 dari skala 5. Aspek kesesuaian informasi dengan kebutuhan mahasiswa serta manfaat dan kecukupan informasi memperoleh skor tertinggi, yaitu masing-masing 3,71. Sementara itu, aspek kejelasan dan penyajian informasi memperoleh skor terendah, yaitu 3,51. Temuan ini menunjukkan bahwa kejelasan penyajian masih menjadi aspek yang perlu diperhatikan dalam pengembangan konten informasi kampus.

Jenis informasi yang paling banyak dipilih responden adalah pengumuman kampus sebesar 40,0%, diikuti informasi akademik sebesar 26,7% dan informasi kemahasiswaan sebesar 20,0%. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa informasi yang berkaitan langsung dengan aktivitas perkuliahan menjadi kebutuhan penting bagi responden. Oleh karena itu, pengelola akun disarankan untuk memperbarui informasi secara berkala, memastikan kelengkapan dan kejelasan isi, menggunakan desain yang mudah dibaca, serta memanfaatkan fitur Instagram seperti *carousel* dan Sorotan (*Highlights*) agar informasi penting lebih mudah dipahami dan ditemukan kembali.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah responden yang hanya 15 orang dan penggunaan teknik *convenience sampling*. Dengan demikian, hasilnya belum dapat digeneralisasikan kepada seluruh mahasiswa UNINDRA kelas ekstensi. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan lebih banyak responden dan menggunakan pengukuran yang lebih terperinci agar efektivitas penggunaan Instagram sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa dapat dikaji secara lebih mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, P., & Cindoswari, A. R. (2024). Effectiveness of using Instagram social media by Diskominfo Batam City as a tool for conveying information to the public. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(4). [https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia\\_journal/id/article/view/9163](https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/id/article/view/9163)
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2025). *Survei penetrasi internet dan perilaku penggunaan internet 2025*. <https://survei.apjii.or.id/survei/2025>
- DataReportal. (2025). *Digital 2026: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2026-indonesia>

- Deryansyah, A. D., Susanto, R. D., & Rachmadiani, R. (2022). Media sosial dan digitalisasi di masa normal baru. *Buana Komunikasi: Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi*, 3(1). <https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2022.3.1.1357>
- Hidayatullah, B. S., & Winduwati, S. (2023). Selektivitas Gen Z dalam memilih media informasi di Instagram (Studi kasus mahasiswa di Jakarta). *Prologia*, 7(2), 398–406. <https://doi.org/10.24912/pr.v7i2.21430>
- Jaya, A. I. (2024). Convenience Sampling dengan Survei Daring pada Minat Lanjut Studi Siswa SMA/Sejajar di Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal MSA (Matematika dan Statistika serta Aplikasinya)*, 12(1), 102-107.
- Nitami, L. I. (2023). Perkembangan media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia tahun 2000-sekarang. *Kala Manca: Jurnal Pendidikan Sejarah*, 11(2), 69–74. <https://jurnal.usbr.ac.id/KALA/article/view/214>
- Oktivera, E., Wirawan, F. A. W., & Jaya, A. S. (2024). Pemilihan media sosial dalam pemenuhan informasi memilih perguruan tinggi. *Jurnal Audiens*, 5(1), 127–139. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i1.347>
- Sari, N. P., & Rina, N. (2022). Pengaruh konten media sosial Instagram @laakfkb terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa akhir FKB. *Jurnal Education and Development*, 10(3), 470–474. <https://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/view/4258>
- Siahaan, C., Salomo, S., & Adrian, D. (2022). Media sosial Instagram sebagai sarana berkomunikasi di lingkungan masyarakat. *JHIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(8), 2843–2848. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i8.774>
- Yunus, Syarifudin (2019). *Jurnalistik Terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia.