

Peran Instagram @univ.malikussaleh dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Akademik Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Mesi Atikah¹, Harinawati², Asmaul Husna³, Jamiati Kn⁴, Fitria Akmal⁵
Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Malikussaleh, Aceh^{1,2,3,4,5}

*Email Korespondensi: mesi.220240237@mhs.unimal.ac.id

Diterima: 18-10-2026 | Disetujui: 25-10-2026 | Diterbitkan: 27-10-2026

ABSTRACT

Instagram @univ.malikussaleh is one of the institutional communication media used to disseminate academic information to students. This study aims to examine the use of the account as an academic information medium, the extent to which students' academic information needs are fulfilled, and the influence of the account on meeting the academic information needs of Communication Science students from the 2022 cohort at Universitas Malikussaleh. This study employed a quantitative approach using a survey method involving 69 respondents selected through purposive sampling. Data were collected through an online questionnaire and non-participant observation, then analyzed using simple linear regression with IBM SPSS Statistics version 26. The results indicate that Instagram @univ.malikussaleh has a positive and statistically significant effect on fulfilling academic information needs, with a regression coefficient of 0.932 and a significance value of 0.000. The coefficient of determination of 0.655 indicates that the account contributes 65.5% to the fulfillment of academic information needs, while the remaining 34.5% is associated with other factors beyond the scope of this study. These findings reinforce the relevance of Wilson's Information Behavior Model in explaining the role of institutional social media as a source of academic information. The account manager should improve content completeness, publication consistency, and information accessibility to better meet students' needs.

Keywords: Instagram, academic information, information needs, students.

ABSTRAK

Instagram @univ.malikussaleh merupakan salah satu media komunikasi institusional yang dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi akademik kepada mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan akun tersebut sebagai media informasi akademik, tingkat pemenuhan kebutuhan informasi akademik mahasiswa, serta pengaruhnya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi akademik mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 Universitas Malikussaleh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 69 responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dan observasi nonpartisipan, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan IBM SPSS Statistics versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram @univ.malikussaleh berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi akademik, dengan koefisien regresi sebesar 0,932 dan nilai signifikansi 0,000. Koefisien determinasi sebesar 0,655 menunjukkan bahwa akun tersebut berkontribusi sebesar 65,5% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi akademik, sedangkan 34,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini memperkuat relevansi Model Perilaku Informasi Wilson dalam menjelaskan peran media sosial institusional sebagai sumber informasi akademik. Pengelola akun perlu meningkatkan kelengkapan konten, konsistensi publikasi, dan kemudahan akses informasi agar lebih sesuai dengan kebutuhan mahasiswa.

Kata kunci: Instagram, informasi akademik, kebutuhan informasi, mahasiswa.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Atikah, M. ., Harinawati, H., Husna, A. ., Kn, J. ., & Akmal, F. . (2026). Peran Instagram @univ.malikussaleh dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Akademik Mahasiswa Ilmu Komunikasi. Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 2(4), 8387-8399. <https://doi.org/10.63822/xx1qtd42>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mengubah cara masyarakat mengakses, menyebarkan, dan memanfaatkan informasi. Menurut Kemp (2024), terdapat sekitar 5,04 miliar identitas pengguna aktif media sosial di seluruh dunia pada awal tahun 2024. Jumlah tersebut bertambah 266 juta identitas atau 5,6% dibandingkan tahun sebelumnya. Data ini menunjukkan bahwa media sosial semakin berkembang sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi, termasuk di bidang pendidikan tinggi. Di Indonesia, penggunaan media sosial berkembang pesat di kalangan mahasiswa, baik untuk berkomunikasi, mencari hiburan, maupun memperoleh informasi akademik (Nasir et al., 2023). Tingginya penggunaan tersebut didukung oleh smartphone yang telah menjadi bagian dari aktivitas akademik (Fitri et al., 2021). Kondisi ini mendorong perguruan tinggi memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi kepada mahasiswa.

Media sosial merupakan bagian dari *new media* yang mengubah pola komunikasi menjadi interaktif, karena pengguna berperan sebagai penerima sekaligus penghasil informasi (Safitri et al., 2024). Nasrullah dalam (Muqoffa et al., 2022) memandang media sosial sebagai medium internet untuk merepresentasikan diri, berinteraksi, berbagi, dan berkomunikasi secara virtual. Interaksi yang instan dan penyebaran konten secara *real-time* menjadi ciri platform media sosial, termasuk Instagram (Mujiyanto & Nurhadi, 2023). Melalui fitur komentar, pesan langsung, dan umpan balik lainnya, media sosial mendukung komunikasi dua arah yang lebih efektif daripada media konvensional serta memperluas jangkauan komunikasi organisasi kepada publik (Claudia & Adawiyah, 2024).

Di antara berbagai platform tersebut Instagram memiliki penetrasi tinggi dalam penyebaran informasi kepada publik (Awaludin et al., 2024). Karakteristiknya yang visual dan interaktif memudahkan penyampaian pesan secara aktual dan komunikatif (Jonathan & Valentina, 2023), sekaligus meningkatkan efektivitas komunikasi antara institusi dan mahasiswa (Odoom & Agyepong, 2025). Karena itu, banyak perguruan tinggi memanfaatkan Instagram sebagai media penyampaian informasi akademik, termasuk Universitas Malikussaleh.

Universitas Malikussaleh merupakan salah satu perguruan tinggi di Aceh yang menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan mahasiswa dan menyampaikan informasi. Universitas ini memiliki akun Instagram resmi @univ.malikussaleh yang dikelola oleh Hubungan Masyarakat. Sejak dibuat pada Januari 2019, akun tersebut konsisten membagikan konten akademik dan kegiatan kampus dalam bentuk foto dan video. Per 24 April 2026, akun ini memiliki 64.800 pengikut dan telah mempublikasikan 1.587 postingan. Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2022 dipilih sebagai subjek penelitian karena berada pada tahap akhir studi. Pada tahap ini mereka membutuhkan informasi administrasi akademik (pembayaran UKT dan pengisian KRS), jadwal kuliah, pelaksanaan ujian, beasiswa, dan wisuda. Informasi akademik semacam itu mendukung kelancaran proses akademik dan membantu mahasiswa menjalankan kewajibannya tepat waktu (Putriyani et al., 2024). Kebutuhan akan informasi yang cepat, akurat, dan mudah diakses dari kanal resmi universitas pun semakin tinggi.

Observasi awal terhadap akun @univ.malikussaleh pada 24 April 2026 menunjukkan bahwa selama periode 12 Februari 2025 hingga 23 April 2026, akun ini mengunggah 97 konten. Sebanyak 18 konten (18,56%) di antaranya merupakan informasi akademik, yang mencakup administrasi akademik, jadwal akademik, pelaksanaan ujian, libur akademik, beasiswa, dan wisuda. Informasi tersebut umumnya dipublikasikan sebelum kegiatan akademik terkait berlangsung. Akun ini juga menyediakan tautan ke

laman resmi universitas dan memanfaatkan kolom komentar untuk berkomunikasi dengan mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa akun tersebut berfungsi sebagai media penyebaran informasi sekaligus komunikasi institusional.

Untuk memperkuat fenomena penelitian, dilakukan pra-survei daring melalui Google Form kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 dengan 39 responden. Hasilnya, 38 responden (97,43%) mengetahui dan mengikuti akun @univ.malikussaleh serta memanfaatkannya sebagai sumber informasi akademik. Informasi yang paling sering dicari meliputi perkuliahan, administrasi akademik, skripsi, beasiswa, dan kegiatan kampus. Meskipun demikian, 20,51% responden menyatakan bahwa kebutuhan informasi akademiknya belum terpenuhi secara optimal. Mereka berharap informasi disampaikan lebih cepat, lengkap, dan spesifik, terutama terkait administrasi akademik, beasiswa, dan kebutuhan mahasiswa tingkat akhir. Sebagian responden juga mencari informasi skripsi melalui akun tersebut, padahal informasi itu tidak ditemukan pada unggahan selama periode observasi. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kebutuhan informasi sebagian mahasiswa dan informasi akademik yang dipublikasikan, serta bahwa pemenuhan kebutuhan informasi tidak hanya berkaitan dengan ketersediaan informasi, tetapi juga dengan cara mahasiswa mencari dan memanfaatkannya.

Kebutuhan informasi muncul ketika seseorang menyadari adanya kesenjangan antara informasi yang dimiliki dan yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu situasi. Wilson (1999) menjelaskan bahwa kebutuhan ini timbul dari kondisi ketidakpastian yang mendorong individu mencari informasi melalui berbagai sumber, lalu menggunakannya untuk mengambil keputusan atau menyelesaikan masalah (Wilson, 1999: 249). Model Perilaku Informasi Wilson (1999) menekankan bagaimana individu berperilaku dalam mencari dan memanfaatkan informasi untuk mengurangi ketidakpastian, berbeda dengan teori *Uses and Gratifications* yang berfokus pada motif penggunaan media (Damayanti et al., 2025). Relevansi model ini juga didukung oleh Nurhayati (2023), yang menunjukkan bahwa mahasiswa memanfaatkan media sosial untuk mencari, mengevaluasi, dan menggunakan informasi sesuai kebutuhannya.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji Instagram sebagai media komunikasi perguruan tinggi. Saputra et al. (2026) menunjukkan bahwa penggunaan akun Instagram perguruan tinggi memiliki hubungan yang sangat kuat dengan pemenuhan informasi akademik mahasiswa. Sari & Rina (2022) menunjukkan peran Instagram perguruan tinggi dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa, tetapi pada objek yang berbeda. Pada objek yang sama, Barus (2025) menemukan bahwa konten Instagram @univ.malikussaleh berpengaruh terhadap keputusan memilih kuliah di Universitas Malikussaleh, sehingga variabelnya berbeda dari penelitian ini. Sementara itu, Nurhayati (2023) menggunakan Model Perilaku Informasi Wilson dalam konteks yang berbeda dari penggunaan media sosial institusional sebagai sumber informasi akademik. Dengan demikian, kajian mengenai peran Instagram @univ.malikussaleh dalam memenuhi kebutuhan informasi akademik mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 masih terbatas. Penelitian ini bertujuan mengetahui pemanfaatan Instagram @univ.malikussaleh sebagai media informasi akademik, pemenuhan kebutuhan informasi akademik mahasiswa, serta pengaruh akun tersebut terhadap pemenuhan kebutuhan informasi akademik. Hasilnya diharapkan memperkaya kajian komunikasi tentang media sosial dan perilaku informasi, serta menjadi bahan evaluasi bagi Humas Universitas Malikussaleh dalam mengelola informasi akademik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis survei. Pendekatan ini dipilih karena berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2023) dan dilaksanakan secara sistematis dengan instrumen terukur, sehingga menghasilkan data yang objektif dan dapat digeneralisasikan (Kusumastuti et al., 2024). Metode survei dipilih karena mengumpulkan data melalui pertanyaan terstruktur kepada sampel yang representatif dari populasi target (Kusumastuti et al., 2024). Penelitian dilakukan di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Malikussaleh, karena responden adalah mahasiswa program studi tersebut dan objek penelitian adalah akun Instagram resmi universitas, @univ.malikussaleh. Pengumpulan data lapangan berlangsung pada Agustus hingga September 2026. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa aktif Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2022, yaitu 220 mahasiswa berdasarkan data akademik tahun akademik 2025/2026 (Sugiyono, 2023). Sampel dipilih dengan *purposive sampling*, yaitu teknik *non-probability sampling* yang menentukan responden berdasarkan karakteristik yang relevan dengan tujuan penelitian (Kusumastuti et al., 2024). Jumlah sampel dihitung dengan rumus Slovin pada margin of error 10% dan menghasilkan 68,75, yang dibulatkan menjadi 69 responden. Kriteria responden adalah mahasiswa aktif angkatan 2022, mengikuti akun @univ.malikussaleh, dan pernah mengakses informasi akademik melalui akun tersebut. Kesesuaian dengan kriteria dipastikan melalui pertanyaan penyaring di awal kuesioner.

Penelitian ini memiliki dua variabel. Variabel independen (X) adalah Instagram @univ.malikussaleh, yang diukur melalui empat indikator, yaitu Feed, Reels, Highlights, dan fitur interaktif, dengan 12 butir pernyataan. Variabel dependen (Y) adalah pemenuhan kebutuhan informasi akademik, yang diukur dengan 15 butir pernyataan berdasarkan lima komponen Model Perilaku Informasi Wilson (1999): *Context of Information Need*, *Activating Mechanism*, *Intervening Variables*, *Information Seeking Behavior*, dan *Information Use*. Semua butir diukur dengan skala Likert lima poin, dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju) (Sugiyono, 2023). Data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring dalam bentuk Google Form yang disebarakan lewat WhatsApp kepada responden yang memenuhi kriteria. Data ini dilengkapi observasi nonpartisipan terhadap unggahan dan konten informasi akademik pada akun @univ.malikussaleh (Muin, 2023). Data sekunder diperoleh dari dokumen institusi, buku, artikel jurnal, dan penelitian terdahulu (Soesana et al., 2023). Kualitas instrumen diuji pada 30 mahasiswa angkatan 2022 di luar sampel utama dengan IBM SPSS versi 26. Validitas diuji dengan korelasi *Product Moment Pearson* pada taraf signifikansi 5% ($df = 28$; r tabel = 0,374), dan seluruh butir dinyatakan valid. Reliabilitas diuji dengan Cronbach's Alpha dan menghasilkan nilai 0,897 untuk variabel X serta 0,936 untuk variabel Y, sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Analisis data dilakukan dengan IBM SPSS versi 26. Normalitas residual model regresi diuji dengan One-Sample Kolmogorov-Smirnov, dengan data dinyatakan berdistribusi normal bila nilai signifikansi lebih dari 0,05. Pengaruh variabel X terhadap Y dianalisis dengan regresi linear sederhana, dengan persamaan $Y = a + bX$. Pengaruh parsial diuji dengan uji t, yaitu membandingkan t hitung dengan t tabel atau melihat nilai signifikansi pada taraf 0,05, dengan hipotesis alternatif (H_a) diterima bila t hitung > t tabel atau Sig. < 0,05. Besarnya kontribusi variabel X dalam menjelaskan variasi variabel Y dihitung dengan koefisien determinasi, $KD = R^2 \times 100\%$, berdasarkan nilai R Square pada output *Model Summary*

(Sahir, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek dan Karakteristik Responden

Instagram @univ.malikussaleh merupakan akun resmi Universitas Malikussaleh yang dikelola oleh Hubungan Masyarakat (Humas) sejak dibuat pada Januari 2019 dan berfungsi sebagai media komunikasi institusional untuk menyampaikan informasi dan publikasi kepada sivitas akademik maupun masyarakat umum. Berdasarkan pengamatan pada 24 April 2026, akun ini memiliki 64.800 pengikut dan telah mempublikasikan 1.587 postingan dalam bentuk foto dan video. Selama periode observasi pada 12 Februari 2025 hingga 23 April 2026, akun ini mengunggah 97 konten pada fitur Feed dan Reels, dengan 18 di antaranya (18,56%) merupakan informasi akademik. Pada fitur Feed tercatat 77 unggahan dengan 17 di antaranya (22,08%) memuat informasi akademik yang meliputi administrasi akademik (pembayaran dan perpanjangan UKT/KRS), jadwal perkuliahan, pelaksanaan ujian, libur akademik, beasiswa, dan informasi wisuda.

Pada fitur Reels tercatat 20 unggahan video singkat. Sebanyak 19 di antaranya memuat konten promosi institusional dan kegiatan kampus, sedangkan satu unggahan (5%) merupakan informasi akademik terkait penggratisan UKT dari pusat bagi mahasiswa terdampak banjir pada November 2025. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas konten Reels bersifat promosi, fitur tersebut tetap sesekali dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi akademik administratif pada kondisi tertentu. Fitur Highlights memuat tiga folder arsip, yaitu Wisuda, Dies Natalis-5, dan Duta Humas, yang seluruhnya berisi konten wisuda serta kegiatan dan promosi institusional tanpa informasi akademik administratif sebagaimana dibatasi dalam penelitian ini. Pada fitur interaktif, interaksi tidak dihitung secara kuantitatif karena besarnya volume komentar dan terbatasnya akses terhadap arsip komentar, tetapi observasi terhadap sejumlah unggahan memperlihatkan pola respons yang konsisten dari pengelola akun terhadap pertanyaan mahasiswa mengenai pengisian KRS, jadwal dan sesi wisuda, serta prosedur terkait ijazah. Dengan demikian, kolom komentar turut berfungsi sebagai kanal komunikasi dua arah antara pengelola dan mahasiswa.

Data penelitian diperoleh melalui kuesioner daring yang disebarakan menggunakan Google Form kepada 69 responden, yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 Universitas Malikussaleh. Responden terdiri atas 16 laki-laki (23,19%) dan 53 perempuan (76,81%), sehingga hasil penelitian ini lebih banyak mencerminkan sudut pandang responden perempuan. Komposisi tersebut terbentuk secara alamiah dari partisipan yang memenuhi kriteria dan bersedia mengisi kuesioner. Dari sisi lama mengikuti akun, 2 responden (2,90%) mengikuti kurang dari satu tahun, 13 responden (18,84%) selama 1–2 tahun, 22 responden (31,88%) selama lebih dari 2–3 tahun, 26 responden (37,68%) selama lebih dari 3–4 tahun, dan 6 responden (8,70%) lebih dari empat tahun, sehingga mayoritas responden telah mengikuti akun ini lebih dari tiga hingga empat tahun. Adapun frekuensi akses harian menunjukkan bahwa 33 responden (47,83%) membuka akun satu kali sehari, 28 responden (40,58%) dua sampai tiga kali, serta masing-masing 4 responden (5,79%) empat sampai lima kali dan lebih dari lima kali sehari. Pola ini menggambarkan bahwa akun dikunjungi secara rutin tetapi dengan intensitas yang relatif moderat.

Hasil Uji Instrumen dan Prasyarat Analisis

Uji validitas dilakukan terhadap 30 mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 di luar sampel utama dengan teknik korelasi Product Moment Pearson menggunakan IBM SPSS Statistics versi 26. Pada taraf signifikansi 5% dengan derajat kebebasan 28, diperoleh r tabel sebesar 0,374. Seluruh 12 butir pernyataan variabel Instagram @univ.malikussaleh (X) memiliki koefisien korelasi antara 0,539 dan 0,806, sedangkan seluruh 15 butir variabel pemenuhan kebutuhan informasi akademik (Y) berada pada rentang 0,581 hingga 0,854. Karena seluruh nilai r hitung melampaui r tabel, semua butir dinyatakan valid dan layak digunakan pada sampel utama. Uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha menghasilkan nilai 0,897 untuk variabel X dan 0,936 untuk variabel Y, keduanya di atas batas 0,70 sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Tabel 1. Hasil uji validitas instrumen variabel X dan Y

Variabel	Butir	r hitung	r tabel	Keterangan
X	1	0,711	0,374	Valid
	2	0,645	0,374	Valid
	3	0,721	0,374	Valid
	4	0,806	0,374	Valid
	5	0,768	0,374	Valid
	6	0,661	0,374	Valid
	7	0,670	0,374	Valid
	8	0,783	0,374	Valid
	9	0,744	0,374	Valid
	10	0,668	0,374	Valid
	11	0,539	0,374	Valid
	12	0,543	0,374	Valid
Y	1	0,675	0,374	Valid
	2	0,617	0,374	Valid
	3	0,684	0,374	Valid
	4	0,662	0,374	Valid
	5	0,663	0,374	Valid
	6	0,720	0,374	Valid
	7	0,822	0,374	Valid
	8	0,751	0,374	Valid
	9	0,848	0,374	Valid
	10	0,854	0,374	Valid
	11	0,581	0,374	Valid
	12	0,790	0,374	Valid
	13	0,762	0,374	Valid
	14	0,756	0,374	Valid
	15	0,797	0,374	Valid

Sumber: Hasil penelitian (2026)

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas instrumen variabel X dan Y

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Instagram @univ.malikussaleh (X)	0,897	Reliabel
Pemenuhan kebutuhan informasi akademik (Y)	0,936	Reliabel

Sumber: Hasil penelitian (2026)

Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov terhadap residual dari 69 responden menghasilkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,086, lebih besar dari 0,05, sehingga data berdistribusi normal dan memenuhi prasyarat analisis regresi linear sederhana.

Tabel 3. Hasil uji normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov

Parameter	Nilai
N	69
Normal Parameters: Mean	0,0000000
Normal Parameters: Std. Deviation	4,88641569
Most Extreme Differences: Absolute	0,100
Most Extreme Differences: Positive	0,100
Most Extreme Differences: Negative	-0,090
Test Statistic	0,100
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,086
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	0,088
Monte Carlo 99% CI: Lower Bound	0,081
Monte Carlo 99% CI: Upper Bound	0,095

Sumber: Hasil penelitian (2026)

Pemanfaatan Instagram @univ.malikussaleh sebagai Sumber Informasi Akademik

Pemanfaatan Instagram @univ.malikussaleh dilihat melalui empat indikator, yaitu Feed, Reels, Highlights, dan fitur interaktif. Pada Feed, mayoritas responden menilai informasi akademik disajikan secara jelas (71,01%), mudah ditemukan kembali saat dibutuhkan (81,16%), dan digunakan untuk memperoleh informasi akademik yang diperlukan (73,91%). Hasil ini sesuai dengan temuan observasi bahwa Feed memiliki proporsi konten akademik tertinggi, yaitu 17 dari 77 unggahan (22,08%). Feed dengan demikian merupakan fitur dengan konten akademik terbanyak sekaligus dinilai membantu mahasiswa menemukan kembali informasi yang dibutuhkan. Temuan ini sejalan dengan Nasrullah (2015) yang dikutip oleh Muqoffa et al. (2022) serta Kaplan dan Haenlein (2010) mengenai kemudahan penyebaran dan akses kembali informasi melalui media sosial.

Reels sebanyak 63,77% responden menyatakan memperoleh informasi akademik, 56,52% menilai penyampaiannya menarik, dan 78,26% menyatakan informasi yang tersedia mudah dipahami. Namun,

observasi menunjukkan hanya 1 dari 20 unggahan (5%) yang memuat informasi akademik, sedangkan 19 lainnya berupa konten promosi institusional seperti testimoni wisudawan dan dokumentasi kegiatan kampus. Perbedaan tersebut dapat terjadi karena observasi hanya mencakup unggahan pada periode 12 Februari 2025 hingga 23 April 2026, sedangkan penilaian responden didasarkan pada pengalaman mereka menggunakan akun secara keseluruhan. Responden dapat saja mengingat atau pernah memperoleh informasi akademik dari unggahan yang lebih lama di luar periode observasi, sehingga persepsi terhadap Reels tidak hanya terbentuk dari unggahan yang diamati.

Highlights sebanyak 62,32% responden memperoleh informasi akademik, 57,97% menilai informasi tersusun rapi berdasarkan topik, dan 68,12% memanfaatkannya untuk menemukan informasi yang masih diperlukan. Observasi pada folder Wisuda, Dies Natalis-5, dan Duta Humas, di sisi lain, tidak menemukan informasi akademik administratif. Perbedaan ini dapat dijelaskan oleh kenyataan bahwa kondisi Highlights yang diamati adalah kondisi pada saat observasi, sementara jawaban responden bersumber dari pengalaman mereka, termasuk kemungkinan mengingat informasi yang pernah tersedia sebelumnya.

Fitur interaktif sebanyak 56,52% responden memperoleh informasi akademik melalui balasan admin pada kolom komentar, sedangkan 14,49% menyatakan tidak setuju. Sebanyak 78,26% responden mengakses tautan situs web resmi pada bio untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap, dan 76,81% memanfaatkan fitur Instagram ketika membutuhkan informasi akademik yang lebih lengkap. Observasi juga menemukan respons admin terhadap pertanyaan seputar KRS, jadwal dan sesi wisuda, serta prosedur ijazah. Ketidaksetujuan sebesar 14,49% kemungkinan berkaitan dengan pertanyaan di luar cakupan atau komentar yang tidak memperoleh balasan. Temuan ini sejalan dengan Claudia dan Adawiyah (2024) mengenai fungsi interaksi media sosial dalam membantu pengguna memperoleh informasi.

Keseluruhan penggunaan Instagram @univ.malikussaleh sebagai sumber informasi akademik tercermin melalui keempat fitur tersebut. Feed memiliki konten akademik terbanyak berdasarkan observasi, sedangkan Reels dan Highlights tetap dipersepsikan bermanfaat meskipun konten akademiknya terbatas, dan fitur interaktif membantu mahasiswa memperoleh informasi yang lebih lengkap. Temuan ini sejalan dengan Sari dan Rina (2022), tetapi sekaligus memperlihatkan adanya perbedaan antara ketersediaan konten berdasarkan observasi dan persepsi responden, khususnya pada Reels dan Highlights. Oleh karena itu, pengelolaan akun perlu memperhatikan ketersediaan konten akademik dan kemudahan akses informasi.

Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik Mahasiswa

Pemenuhan kebutuhan informasi akademik diukur berdasarkan lima dimensi dalam model perilaku informasi Wilson, yaitu Context of Information Need, Activating Mechanism, Intervening Variables, Information Seeking Behavior, dan Information Use. Pada dimensi Context of Information Need, sebanyak 85,51% responden merasa perlu mencari informasi ketika belum mengetahui perkembangan kegiatan akademik, 89,86% terdorong mencari kejelasan ketika menghadapi ketidakpastian informasi akademik, dan 84,06% membutuhkan informasi ketika terdapat hal yang belum diketahui mengenai kegiatan akademik di kampus. Hasil ini sesuai dengan Wilson (1999) bahwa kebutuhan informasi muncul karena adanya kesenjangan antara informasi yang dimiliki dan yang dibutuhkan, seperti yang terjadi pada kegiatan KRS, ujian, dan wisuda.

Dimensi Activating Mechanism, sebanyak 79,71% responden terdorong membuka Instagram

@univ.malikussaleh karena kebutuhan informasi akademik, 68,12% mencari informasi pada akun tersebut ketika terdapat isu akademik, dan 69,57% menggunakannya ketika membutuhkan informasi secara segera. Persentase ini lebih rendah dibandingkan dimensi Context of Information Need, yang menunjukkan bahwa kebutuhan informasi tidak selalu langsung mendorong mahasiswa membuka akun tersebut secara spesifik. Pada dimensi Intervening Variables, sebanyak 79,71% responden menilai kemudahan akses mendukung pencarian informasi, 82,61% mempercayai informasi yang disampaikan, dan 65,22% merasa nyaman menggunakan akun tersebut. Tingginya kepercayaan kemungkinan berkaitan dengan status @univ.malikussaleh sebagai akun resmi universitas, yang sesuai dengan model Wilson yang menempatkan karakteristik sumber sebagai salah satu faktor yang memengaruhi pencarian informasi.

Dimensi Information Seeking Behavior, sebanyak 49,28% responden menyatakan aktif mencari informasi akademik melalui akun tersebut, sementara 47,83% bersikap netral. Di sisi lain, 65,22% responden menelusuri berbagai fitur akun untuk menemukan informasi yang dibutuhkan dan 68,12% mencari informasi hingga menemukannya. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung mencari informasi setelah membuka akun, tetapi tidak menganggap dirinya sebagai pencari aktif secara umum. Menurut Wilson (1999), perilaku pencarian dapat berlangsung dari memperoleh informasi secara tidak sengaja hingga pencarian aktif, sehingga akun ini cenderung berperan sebagai sumber informasi pasif yang dipercaya dan bukan sebagai kanal pencarian pertama. Pada dimensi Information Use, sebanyak 68,12% responden menyatakan informasi dari akun membantu mengambil keputusan akademik, 78,26% menyatakan informasi meningkatkan pemahaman terhadap kegiatan akademik, dan 71,01% menerapkannya dalam kegiatan akademik. Informasi yang diperoleh dengan demikian tidak hanya diterima, tetapi juga digunakan.

Berdasarkan kelima dimensi tersebut, pemenuhan kebutuhan informasi akademik menunjukkan kecenderungan positif. Kebutuhan, dorongan memperoleh informasi, kepercayaan, dan penggunaan informasi tergolong tinggi, sedangkan pencarian aktif melalui akun lebih rendah, sehingga kebutuhan informasi akademik mahasiswa relatif terpenuhi melalui Instagram @univ.malikussaleh. Temuan ini sejalan dengan Munandar (2022). Namun, terdapat perbedaan dengan penelitian Nurhayati (2023) yang menunjukkan bahwa perilaku pencarian informasi mahasiswa di media sosial cenderung aktif, sedangkan dalam penelitian ini perilaku pencarian informasi melalui akun @univ.malikussaleh menunjukkan hasil yang lebih rendah dan beragam. Perbedaan tersebut dapat terjadi karena Nurhayati mengkaji perilaku informasi mahasiswa pada berbagai media sosial dengan pendekatan kualitatif, sedangkan penelitian ini secara khusus mengukur pemenuhan kebutuhan informasi akademik melalui satu akun Instagram dengan pendekatan kuantitatif. Mahasiswa tidak selalu menjadikan akun @univ.malikussaleh sebagai kanal pencarian pertama, dan penurunan terjadi pada Information Seeking Behavior, bukan pada kebutuhan maupun penggunaan informasi. Implikasinya, pengelola akun perlu memudahkan mahasiswa dalam menemukan informasi yang dibutuhkan agar akun tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga mendukung proses pencarian informasi akademik secara lebih aktif.

Pengaruh Instagram @univ.malikussaleh terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik

Analisis regresi linear sederhana menghasilkan persamaan $Y = 16,768 + 0,932X$. Konstanta sebesar 16,768 menunjukkan nilai pemenuhan kebutuhan informasi akademik ketika variabel Instagram @univ.malikussaleh bernilai nol, sedangkan koefisien regresi sebesar 0,932 yang bernilai positif

menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel Instagram @univ.malikussaleh diikuti kenaikan pemenuhan kebutuhan informasi akademik sebesar 0,932. Uji t pada derajat kebebasan 67 menghasilkan t hitung sebesar 11,289, lebih besar dari t tabel sebesar 1,996, dengan signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H_a diterima dan H_0 ditolak, sehingga Instagram @univ.malikussaleh berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi akademik mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 Universitas Malikussaleh.

Tabel 4. Hasil regresi linear sederhana dan uji t

Model	B	Std. Error	Beta	t hitung	Sig.
(Constant)	16,768	3,850	–	4,356	0,000
Instagram @univ.malikussaleh (X)	0,932	0,083	0,810	11,289	0,000

Sumber: Hasil penelitian (2026). Variabel terikat: pemenuhan kebutuhan informasi akademik (Y).

Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,655 menunjukkan bahwa 65,5% variasi pemenuhan kebutuhan informasi akademik dapat dijelaskan oleh Instagram @univ.malikussaleh, sedangkan 34,5% sisanya dapat berasal dari faktor lain di luar penelitian, seperti penggunaan media informasi akademik lainnya, komunikasi langsung dengan pihak universitas, teman atau sesama mahasiswa, serta sumber informasi lainnya. Temuan ini dapat dijelaskan melalui model perilaku informasi Wilson (1999) yang menempatkan sumber informasi sebagai salah satu bagian dalam perilaku pencarian informasi. Hasil tersebut juga sejalan dengan pembahasan sebelumnya, yaitu Information Use yang tergolong tinggi meskipun Information Seeking Behavior lebih rendah, yang berarti informasi yang diperoleh melalui akun tetap dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi akademik.

Tabel 5. Hasil uji koefisien determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,810	0,655	0,650	4,923

Sumber: Hasil penelitian (2026). Prediktor: (Constant), X.

Nilai R Square sebesar 65,5% lebih tinggi dibandingkan temuan Sari dan Rina (2022) yang menemukan pengaruh konten Instagram @LAAKFKb sebesar 54,9%. Perbedaan tersebut kemungkinan berkaitan dengan status @univ.malikussaleh sebagai akun resmi tingkat universitas yang menyampaikan informasi administratif langsung dari sumbernya, sedangkan @LAAKFKb merupakan akun tingkat fakultas. Namun, penjelasan ini masih berupa dugaan karena status kelembagaan akun tidak diukur secara langsung. Temuan ini juga sejalan dengan Munandar (2022) mengenai efektivitas akun Instagram resmi universitas. Sementara itu, Barus (2025) menemukan pengaruh terpaan konten @univ.malikussaleh terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah; meskipun variabel terikatnya berbeda, kedua penelitian menunjukkan adanya keterkaitan akun tersebut dengan respons mahasiswa.

Besarnya kontribusi tersebut menunjukkan bahwa Instagram @univ.malikussaleh merupakan salah satu sumber yang berperan dalam pemenuhan kebutuhan informasi akademik mahasiswa. Meskipun demikian, pemenuhan kebutuhan informasi akademik tidak hanya dipengaruhi oleh akun ini karena masih terdapat 34,5% variasi yang dapat berasal dari faktor lain di luar penelitian.

KESIMPULAN

Instagram @univ.malikussaleh berperan sebagai media komunikasi institusional yang membantu mahasiswa memperoleh informasi akademik secara cepat dan mudah diakses. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan akun tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi akademik mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 Universitas Malikussaleh, dengan kontribusi sebesar 65,5%. Melalui fitur Feed, Reels, Highlights, dan fitur interaktif, mahasiswa dapat memperoleh informasi mengenai kegiatan perkuliahan, administrasi akademik, ujian, beasiswa, dan wisuda. Meskipun demikian, pemanfaatan akun ini masih perlu ditingkatkan, terutama dalam hal kelengkapan konten akademik, konsistensi publikasi, dan kemudahan menemukan informasi yang dibutuhkan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa cenderung mempercayai informasi yang disampaikan, perilaku pencarian informasi secara aktif melalui akun tersebut belum sepenuhnya optimal. Oleh karena itu, Humas Universitas Malikussaleh perlu mengoptimalkan pengelolaan konten dan fitur Instagram agar penyampaian informasi menjadi lebih terarah, lengkap, dan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Temuan ini memperkuat relevansi Model Perilaku Informasi Wilson dalam menjelaskan peran sumber informasi digital terhadap pemenuhan kebutuhan informasi akademik serta memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan kajian komunikasi digital di lingkungan perguruan tinggi. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan responden dari berbagai program studi dan angkatan serta mengkaji faktor lain, seperti kualitas informasi, kecepatan penyampaian, dan penggunaan sumber informasi alternatif, yang berpotensi memengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi akademik mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Awaludin, M. I., Satya, S., & Wardhana, M. (2024). Pengaruh elemen visual pada konten feeds Instagram @P3smandiri dalam meningkatkan brand awareness. *Jurnal Ilmu Komputer dan Desain Komunikasi*, 9(2), 529–544.
- Barus, A. P. (2025). *Pengaruh terpaan konten Instagram @univ.malikussaleh terhadap keputusan memilih kuliah di Universitas Malikussaleh (studi pada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2023 Universitas Malikussaleh)* [Skripsi sarjana, Universitas Malikussaleh].
- Claudia, S. I., & Adawiyah, E. (2024). Model komunikasi humas dalam literasi media sosial (studi kasus Direktorat Pendidikan Profesi Guru). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 69–78. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v3i1.2437>
- Damayanti, N., Fayyaza, N., Melani, S. T., & A. (2025). Comparative analysis of Wilson, Ellis, and Kuhlthau's information search models in the digital age. *Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga: Media Informasi dan Komunikasi Kepustakawanan*, 15(2), 92–100. <https://doi.org/10.20473/jpua.v15i2.2025.92-100>
- Fitri, D., Anismar, A., Fazil, M., & Ula, C. W. (2021). Smartphone sebagai gaya hidup mahasiswa (studi pada mahasiswa FISIP 2018). *Jurnal Jurnalisme*, 10(April), 32–41.
- Jonathan, R., & Valentina, A. (2023). Pengaruh perubahan visual konten terhadap performa Instagram Universitas Tarumanagara. *Jurnal Serina Sosial Humaniora*, 1(3), 297–302. <https://doi.org/10.24912/jssh.v1i3.28546>

- Kemp, S. (2024). *5 billion social media users*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-deep-dive-5-billion-social-media-users>
- Kusumastuti, S. Y., Nurhayati, Faisal, A., Rahayu, D. H., & Hartini. (2024). *Metode penelitian kuantitatif: Panduan lengkap penulisan untuk karya ilmiah terbaik*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Muin, A. (2023). *Metode penelitian kuantitatif* (Cetakan ke-1). CV Literasi Nusantara Abadi.
- Mujianto, H., & Nurhadi, Z. F. (2023). Dampak media sosial terhadap pembentukan budaya “alone together”. *Scriptura*, 13(2), 120–128. <https://doi.org/10.9744/scriptura.13.2.120-128>
- Muqoffa, A. N. F., Mawar, & Serikandi, N. (2022). Manfaat sosial media dalam e-government di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial, Pendidikan dan Humaniora*, 1(3). <https://jurnalstiepari.ac.id/index.php/jispendiora>
- Nasir, A., Bowo, A., & Iqbal, M. (2023). Pengaruh media sosial Instagram terhadap gaya hidup mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pendidikan (JIMPIAN)*, 3(1), 21–32. <https://doi.org/10.30872/jimpian.v3i1.2249>
- Nurhayati. (2023). Information behavior of students of Muhammadiyah Sidoarjo University on social media. *Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga: Media Informasi dan Komunikasi Kepustakawanan*, 13(1), 1–12. <https://e-journal.unair.ac.id/JPERPUS>
- Odoom, D., & Agyepong, L. (2025). Unveiling the social media landscape: Exploring factors influencing usage patterns among tertiary education students in Ghana. *Education and Information Technologies*, 3861–3883. <https://doi.org/10.1007/s10639-024-12944-0>
- Putriyani, I., Sugiharto, B. B., & Ramadhan, F. (2024). Analisis literatur tentang peran sistem informasi akademik dalam meningkatkan efisiensi administrasi di institusi perguruan tinggi. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(1), 2283–2289.
- Safitri, R. I., & Agustin, H. (2024). Efektivitas media sosial Instagram sebagai personal branding pada mahasiswa FIKOMM di Universitas Mercu Buana Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 4(1), 26–34. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i1.1425>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. KBM Indonesia.
- Saputra, A. H., Priatna, W. B., Tri, R., Pranata, H., & Riyanto, S. (2026). Hubungan penggunaan media sosial Instagram @sekolahvokasiipb dengan pemenuhan informasi akademik mahasiswa komunikasi digital dan media. *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)*, 7(1). <https://doi.org/10.36085/j-sikom.v7i1.9525>
- Sari, & Rina. (2022). Pengaruh konten media sosial Instagram @laakfkb terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa. *Jurnal Education and Development Institut Pendidikan Tapanuli Selatan*, 10(3), 470–474.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2). Alfabeta.
- Wilson, T. D. (1999). Models in information behaviour research. *Journal of Documentation*, 55(3). <https://doi.org/10.1108/EUM0000000007145>