

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @YOURUNISSULA  
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN INFORMASI CALON  
MAHASISWA UNISSULA ANGKATAN 2022**

**Skripsi**

**Program Sarjana (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi**



**Oleh:**

**NURI USWATUN KHASANAH**

**32801800060**

**FAKULTAS BAHASA DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
SEMARANG**

**2022**

## SURAT PERYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nuri Uswatun Khasanah

NIM : 32801800060

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @YOURUNISSULA SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN INFORMASI CALON MAHASISWA UNISSULA ANGKATAN 2022**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari tugas akhir karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bila diperlukan.



Semarang, 10 Januari 2023

Pembuat Pernyataan



Nuri Uswatun Khasanah

32801800060

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @yourunissula  
Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Calon  
Mahasiswa Unissula Angkatan 2022

Penyusun

Nama : Nuri Uswatun Khasanah

NIM : 32801800060

Fakultas : Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi (FBIK)

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Srata 1.**

Semarang, 10 Januari 2023

**Pembimbing I**



**Made Dwi A, S.Sos., M.Si., M.I.Kom**

**Nik. 211109006**

**Pembimbing II**



**Urip Mulyadi, S.I.Kom, M.I.Kom**

**NIK. 211115018**

Mengetahui

**Dekan Fakultas Bahasa dan**



**Ilmu Komunikasi**

**Trimanah, S.Sos, M.Si**

**NIK. 211109008**

## HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @yourunissula  
Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Calon Mahasiswa  
Unissula Angkatan 2022

Penyusun

Nama : Nuri Uswatun Khasanah

NIM : 32801800060

Fakultas : Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi (FBIK)

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Srata 1.**

Semarang, 10 Janurai 2023

Penulis



**Nuri Uswatu Khasanah**  
**32801800060**

Dosen Penguji :

1. (.....) Mubarak, S.Sos., M.Si



2. (.....) Made Dwi A, S.Sos., M.I,Kom



3. (.....) Urip Mulyadi, S.I.Kom., M.I.Kom

Mengetahui

Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi



**Trimannah, S.Sos, M.Si**

**NIK. 211109008**

## MOTTO

“kalau nggak bisa lebih baik dari kompetitor maka jadilah beda.”

-Nuriusssss-

“Orang yang bersyukur adalah orang yang tahu cara menikmati hidup.”

-Nuriusssss-

“Hadapi dengan senyuman, semua yang terjadi biar terjadi,  
hadapi dengan tenang jiwa, semua kan baik-baik saja.”

-Dewa 19-



## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Tanpa mengurangi rasa syukur kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan di tengah kesulitan yang penulis hadapi selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, Alhamdulillah selesai juga karya yang penuh perjuangan ini, dan akan kupersembahkan kepada: Ibu Siti Muntiah, ibuku yang sangat baik yang telah hadir dalam hidupku memberi semangat disaat jatuh bangun dalam hal apapun itu, Ibuku yang memberikan kenyamanan di Dunia. Hidupku akan baik-baik saja saat ibuku masih ada di Dunia.*

*Terima kasih untuk Bapak Bukhori, Bapakku yang baik, sudah menjadi kepala rumah tangga yang baik, terimakasih atas dukungan dan keparcayaan yang diberikan kepadaku selama ini.*

*Terima kasih atas doa dan dukungan yang selalu diberikan kepadaku.*

*Terima kasih untuk mbak Lin dan Nadya sudah membantu dalam penyelesaian skripsiku, Terimakasih juga untuk mas Mukti yang telah memberi dukungan selama ini.*

*Terimakasih kepada diri sendiri yang sudah bertahan sampai detik ini.*

*Terima kasih untuk teman-teman seperjuanganku Ilmu Komunikasi 2018, banyak rintangan yang sudah kita lewati bersama-sama selama menempuh pendidikan. Suka, duka dan saling menyemangati satu sama lain saat dalam kesulitan. Terima kasih atas warna kehidupan yang telah kalian berikan.*

## ABSTRAK

### PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @YOURUNISSULA SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN INFORMASI CALON MAHASISWA UNISSULA ANGKATAN 2022

**Nuri Uswatun Khasanah**

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang terjadi pada perguruan tinggi menjadikan penyebaran informasi publik berusaha untuk mengendalikan informasi dengan berbagai cara, salah satunya dengan pemanfaatan media sosial instagram @yourunissula sebagai media komunikasi dan informasi calon mahasiswa Unissula angkatan 2022. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial insyagram @yourunissula sebagai media komunikasi dan informasi yang dibutuhkan calon mahasiswa baru. Paradigma yang digunakan adalah paradigma Konstruktivis dan dengan metode deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan adalah teori Kebutuhan Informasi. Sedangkan teknik sampel yang peneliti gunakan adalah metode purposive sampling dimana peneliti memilih informan yang dianggap paling tahu mengenai objek penelitian yaitu calon mahasiswa baru Unissula angkatan 2022. Analisis data yang digunakan adalah dengan cara Reduksi yaitu dengan memilih pokok informasi yang relevan serta dengan cara Penarikan Kesimpulan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah calon mahasiswa baru angkatan 2022 sangat terbantu dengan adanya media sosial instagram @yourunissula, konten yang disajikan oleh instagram @yourunissula dalam segi tampilan, gambar, warna, informasi yang di kemas dalam bentuk postingan foto, vidio, reels, story instagram, sudah membantu calon mahasiswa mendapatkan informasi yang mereka butuhkan dalam proses mendapatkan informasi pendaftaran mahasiswa baru di Unissula. Penelitian ini akan dipublikasikan diportal online perpustakaan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi Unissula.

**Kata Kunci : Pemanfaatan, Media Komunikasi, Calon Mahaiswa Baru**

## **ABSTRACT**

### **UTILIZING SOCIAL MEDIA INSTAGRAM @yourunissula AS A COMMUNICATION AND INFORMATION MEDIA FOR PROSPECTIVE UNISSULA STUDENTS CLASS OF 2022**

Nuri uswatun khasanah

Advances in information and communication technology that occur in tertiary institutions make the dissemination of public information trying to control information in various ways, one of which is by using the social media Instagram @yourunissula as a medium of communication and information for prospective new Unissula students class of 2022. This research aims to determine the use of media social instagram @yourunissula as a medium of communication and information needed by prospective new students. The paradigm used is a constructivist paradigm and a qualitative descriptive method. The theory used is the theory of Information Needs. While the sample technique that the researcher used was a purposive sampling method in which the researcher chose informants who were considered to know the most about the object of research, namely prospective new students at Unissula class of 2022. The data analysis used was by reduction, namely by selecting relevant information points and by drawing conclusions.

The conclusion of this study is that prospective new students for class of 2022 are greatly helped by the social media Instagram @yourunissula, the content provided by Instagram @yourunissula in terms of appearance, images, colors, information packaged in the form of posting photos, videos, reels, Instagram stories , has helped prospective students get the information they need in the process of obtaining new student registration information at Unissula. This research will be published on the online portal of the Unissula Faculty of Languages and Communication Sciences library.

**Keywords: Utilization, Communication Media, Prospective New Students**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur peneliti sampaikan atas kehadiran Allah SWT, karena atas limpahan karunia Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi. Tidak ada kekuatan yang melebihi kekuatan Nya. Kemudahan-kemudahan yang peneliti temukan selama penyusunan skripsi tidak lain adalah rahmat yang Allah anugerahkan kepada peneliti.

Melalui hamba-hamba Nya, Allah SWT memberikan rahmat Nya. Banyak sekali pihak-pihak yang berperan dalam penyelesaian penelitian skripsi yang pasti tidak dapat peneliti sebutkan semuanya. Dengan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terimakasih.

1. Ibu Trimannah, M.Si selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi.
2. Ibu Made Dwi A, S.Sos., M.Si., M.I.Kom dan Bapak Urip Mulyadi, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen pembimbing skripsi, yang tidak pernah lelah mengingatkan untuk segera menyelesaikan skripsi dan bimbingan serta arahnya selama penyusunan skripsi.
3. Bapak, Ibu, Mb Iin, dan keluarga yang do'anya tidak pernah berhenti, sehingga peneliti mendapatkan kelancaran dan kemudahan dalam mengerjakan skripsi. Dan kepada sahabat-sahabat seperjuangan yang tidak pernah lelah menasihati, dan menemani selama penyusunan skripsi.
4. Teman-teman Kantor UPTPH. Terimakasih atas dukungan dan bantuan kalian semua.

Semoga Allah SWT senantiasa menganugerahkan kebaikan dan keberkahan bagi kita semua.

Pemanfaatan Media Sosial Instagram menjadi tema dalam penelitian ini. Dengan mengambil judul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram @yourunissula sebagai media komunikasi dan informasi calon mahasiswa angkatan 2022”, diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan teori komunikasi maupun media massa saat ini.

Namun nyatanya masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam laporan penelitian ini. Entah dalam pemilihan kata, ataupun terkait dengan pembahasan masalah.

Untuk itu, kritik dan saran dari pembaca, sangatlah peneliti harapkan untuk memperbaiki kesalahan dan menjadi lebih baik lagi nantinya.



Semarang, 31 Oktober 2022

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nuri Uswatun Khasanah', written in a cursive style.

Nuri Uswatun Khasanah

## DAFTAR ISI

SURAT PERYATAAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....	iv
PERYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	v
MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAK .....	viii
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Signifikasi Penelitian.....	7
1.5 Kerangka Penelitian.....	8
1.5.1 Paradigma Penelitian.....	8
1.5.2 S.O.T.A (State Of The Art).....	10
1.5.3 Teori Kebutuhan Informasi.....	13
1.6 Operasional Konsep.....	15
1.6.1 Konsep Mengenai Pemanfaatan Media Sosial.....	15
1.6.2 Media Komunikasi .....	17
1.6.3 Informasi .....	17
1.7 Metode Penelitian .....	18
1.7.1 Jenis Penelitian.....	18
1.7.2 Objek Penelitian .....	19
1.7.3 Sumber Data.....	19
1.7.4 Teknik Penentuan Informan.....	20
1.7.5 Teknik Pengumpulan Data.....	20
1.7.6 Kredibilitas Data .....	22
BAB II PROFIL PENELITIAN.....	24
2.2 Profil Unissula (Universitas Islam Sultan Agung Semarang).....	24

2.2.1	Lokasi Universitas Islam Sultan Agung.....	27
2.2.2	VISI, MISI dan LOGO.....	27
2.2.3	Budaya Perusahaan .....	29
2.2.4	Struktur Organisasi Unissula.....	31
2.2.5	UPT Pemasaran dan Kehumasan .....	32
2.3	Profil Instagram yourunissula .....	34
2.4	Fitur- fitur pada Instagram @yourunissula.....	36
2.5	Kebutuhan Informasi .....	41
<b>BAB III TEMUAN PENELITIAN .....</b>		<b>43</b>
3.1	Identitas Informan.....	44
3.2	Deskripsi Hasil Kegiatan .....	45
3.2.1	Konten <i>instagram</i> @yourunissula sebagai media komunikasi dan informasi ...	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>66</b>
2.6	Persepsi Mahasiswa Mengenai Media Sosial Instagram @yourunissula .....	67
2.6.1	Intensitas Melihat Media Sosial Instagram @yourunissula.....	68
2.6.2	Tampilan Instagram @yourunissula .....	70
2.7	Kebutuhan Informasi Calon Mahasiswa Baru .....	73
2.8	Faktor Penyebab Kebutuhan Informasi Bagi Calon Mahasiswa Baru.....	74
2.9	Instagram Sebagai Media Komunikasi.....	77
2.9.1	Kebutuhan dan Kendala Pada Instagram @Yourunissula .....	78
2.9.2	Penambahan Konten Pada Instagram.....	80
2.9.3	Gambar Tampilan Instagram.....	82
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>85</b>
5.1	Kesimpulan .....	85
5.2	Saran .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>89</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>92</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Instagram Yourunissula .....	4
Gambar 1. 2 Postingan Informasi Beasiswa KIP-K Pada Akun Instagram Yourunissula.....	5
Gambar 1. 3 Komentar pada postingan informasi beasiswa KIP-K pada Akun Instagram Yourunissula .....	6
Gambar 2. 1 Logo UNISSULA.....	28
Gambar 2. 2 Struktur UNISSULA .....	32
Gambar 2. 3 Struktur UPT Pemasaran dan Kehumasan) .....	34
Gambar 2. 4 Postingan pertama kali yang di posting oleh @yourunissula .....	35
Gambar 2. 5 Postingan informasi calon mahasiswa baru pertama kali di @yourunissula	36
Gambar 2. 6 Jumlah followers @yourunissula .....	37
Gambar 2. 7 Ukuran Postingan Foto di Instagram .....	38
Gambar 2. 8 Konten instagram @yourunissula mengenai PMB 2022 .....	42
Gambar 4. 1 Tampilan instagram @yourunissula.....	71
Gambar 4. 2 gambar konten podcast are you ready pekan taaruf 2022 .....	72
Gambar 4. 3 Gambar Teori kebutuhan informasi wilson .....	77
Gambar 4. 4 Konten reels @yourunissula.....	82



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 S.O.T.A (State Of The Art).....	13
Tabel 3. 1 Pertanyaan Konten Instagram @Yourunissula Sebagai Media Komunikasi Dan Informasi .....	47
Tabel 3. 2 Pertanyaan Mengenai Berapa Sering Calon Mahasiswa Mengunjungi Profil @Yourunissula.....	48
Tabel 3. 3 Alasan Calon Mahasiswa Mencari Informasi di Instaragram @yourunissula	49
Tabel 3. 4 Pertanyaan Konten Instagram @Yourunissula Sebagai Media Komunikasi Dan Informasi .....	50
Tabel 3. 5 Pertanyaan Kepuasan Konten Instagram @yourunissula .....	52
Tabel 3. 6 Pertanyaan pendapat mengenai media informasi @yourunissula.....	53
Tabel 3. 7 Pemanfaatan Fitur Instagram .....	55
Tabel 3. 8 instagram @yourunissula sebagai media informasi yang di butuhkann.....	57
Tabel 3. 9 Pendapat dengan adanya konten yang tertimbun.....	59
Tabel 3. 10 pentingnya story instagram.....	60
Tabel 3. 11 manfaatn sorotan di instagram.....	61
Tabel 3. 12 pendapat ketertarikan media sosial instagram @yourunissula .....	62
Tabel 3. 13 manfaat instagram @yourunissula .....	63
Tabel 3. 14 masukan responden terhadap instagram @yourunissula .....	65

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini, teknologi informasi secara signifikan mempengaruhi bagaimana orang menjalani kehidupan mereka. Pertama, di era globalisasi saat ini, teknologi informasi sangat penting bagi kehidupan sosial manusia, khususnya perguruan tinggi. Pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan kualitas merupakan salah satu cara pengendalian informasi sebagai akibat dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang terjadi di perguruan tinggi. Calon mahasiswa dapat mengakses informasi publik melalui media sosial sebagai platform.

Blackshow dan Nazzaro (2010) mengatakan bahwa media sosial dapat membuat konten termasuk berbagai jenis informasi online yang dibuat, dibagikan, dan selanjutnya digunakan oleh pelanggan dengan tujuan bertukar pengetahuan tentang bisnis, barang, perhatian, dan layanan. *Search engine* atau mesin pencari untuk lebih baik mengindeks halaman di media sosial melalui koneksi dan intensitas melalui media sosial. Media sosial kemudian dikembangkan, dan sebagai hasilnya, digunakan untuk memasukkan banyak tautan, yang kemudian mengubah tingkat atau peringkat hasil pencarian (Xiang dan Gretzel, 2010). Menurut Mangold dan Faulds, media sosial memiliki dampak signifikan terhadap cara orang berpikir dan bertindak (Udpa et al., 2014).

Bahwa media sosial mendorong pengguna internet untuk berpartisipasi aktif dalam mengatur dan memperhatikan materi yang akan diproduksi oleh media sosial adalah sebuah realitas kausal. Seperti platform media sosial Instagram yang

semakin sering digunakan untuk komunikasi antarpribadi. Instagram adalah platform untuk berbagi gambar dan video yang memungkinkan pengguna mengambil gambar, mengeditnya dengan filter digital sebelum mengunggahnya, dan membagikannya di situs jejaring sosial lain seperti Instagram.

Media sosial tidak hanya digunakan untuk komunikasi interpersonal; itu juga salah satu metode yang orang suka gunakan untuk pengambilan informasi yang cepat dan terkini. Instagram menjadi salah satu pilihan yang dipilih masyarakat Indonesia. Penggunaan utama aplikasi jejaring sosial ini adalah sebagai sarana pengunggahan foto dan video secara instan.

Pengguna Instagram di Indonesia hanya menggunakan aplikasi tersebut untuk menghabiskan waktu, berbagi momen intim, dan berinteraksi dengan teman dan keluarga. Munculnya media baru telah memberikan media tradisional saingan baru di pasar distribusi berita saat ini. Keberadaan internet dan media sosial dapat memberikan kebebasan kepada konsumen untuk berpartisipasi dalam berbagi informasi atau peristiwa di sekitar mereka, meskipun lembaga media secara tradisional merupakan entitas yang menyampaikan berita.

Selain itu, Instagram dapat digunakan untuk menyebarkan kesadaran, serta alat untuk mengiklankan layanan atau sumber informasi. Kwik & Yazdanifard dalam (Saputra, 2021) juga menyebutkan bahwa Instagram memiliki tanggung jawab untuk mempromosikan perusahaan dan mempertahankan ikatan dengan konsumen karena melalui media sosial, orang dapat berkomunikasi satu sama lain untuk membicarakan merek. Media Instagram dapat digunakan sebagai media komunikasi dan komersial atau profil di Instagram yang mereka ikuti.

Universitas Islam Sultan Agung sendiri memanfaatkan media sosial Instagram@yourunissula sebagai media untuk memberi informasi kepada calon mahasiswa baru mengenai Informasi proses pendaftaran dan informasi apa saja yang ada di Unissula itu sendiri. Secara konsisten Unissula mengembangkan empat strategi pendidikan yang menjadi ciri khas dan keunggulan tersendiri diantara ribuan universitas di Indonesia maka perlu untuk memberikan informasi yang mudah diakses.

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada platform Instagram sebagai media komunikasi dan informasi pada calon mahasiswa Unissula Angkatan 2022. Akun media sosial instagram Unissula dengan akun @yourunissula yang menyajikan beberapa konten menarik yang berisi informasi kepada para pengikut instagram @yourunissula, yang mana pengikut mereka adalah mayoritas dari para mahasiswa, calon mahasiswa Unissula dan alumni Unissula. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan pemanfaatan Instagram Unissula @yourunissula guna membantu calon mahasiswa dalam mendapatkan akses informasi secara *realtime*.

Berikut merupakan media sosial instagram yourunissula:



**Sumber:** <http://instagram.com/yourunissula> (diakses pada tanggal 30 juni 2022)

Konten Instagram Unissula @yourunissula menyediakan informasi-informasi yang dibutuhkan calon mahasiswa. Salah satu konten instagramnya yaitu informasi beasiswa Program KIP-K MERDEKA 2022.

**yourunissula**  
Universitas Islam Sultan Agung

WORLD CLASS ISLAMIC UNIVERSITY  
**UNISSULA**  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

Kampus Merdeka  
INDONESIA JAYA

Bismillah membangun  
Generasi Khaira Ummah

A

ASIC

**BEASISWA**  
**KIP-K MERDEKA 2022**  
Universitas Islam Sultan Agung

**PENDAFTARAN ONLINE**

**KIP-K MERDEKA UNISSULA TAHAP II**

Pendaftaran	: 16 Mei – 16 Juli 2022
Pengumuman Lolos Berkas	: 22 Juli 2022
Survey Lapangan	: 23 – 30 Juli 2022
Pengumuman Hasil	: 5 Agustus 2022

Penetapan Penerima  
Beasiswa KIP-K UNISSULA : 5 Agustus 2022

\*Hanya untuk pendaftar yang berdomisili di Pulau Jawa

HOTLINE CALL  
0812 2011 062 / 0812 8555 562

SEKRETARIAT PMB  
Gd. HM. Sulchan (Biro Rektor) It.1 Unissula  
Jl. Raya Kaligawe Km. 04 Semarang 50112

s.id/kipkunissula

YourUnissula Universitas Islam Sultan Agung www.unissula.ac.id

UNISSULA  
جامعة سلطان أبو جوح الإسلامية

**GAMBAR 1. 2 POSTINGAN INFORMASI BEASISWA KIP-K PADA AKUN INSTAGRAM**

**@YOURUNISSULA**

*Sumber: <http://instagram.com/yourunissulapada>*

Dalam postingan yang diposting pada tanggal 25 Mei 2022, sudah dijelaskan mengenai Beasiswa KIP-K, bagaimana cara pendaftaran online, tanggal pendaftaran, pengumuman lolos berkas, survei lapangan, dan pengumuman hasil seleksi beasiswa KIP-K. Akan tetapi masih banyak calon mahasiswa dan mahasiswa yang masih kebingungan dan bertanya di kolom komentar mengenai Beasiswa KIP-K tersebut.



**GAMBAR 1.3 KOMENTAR PADA POSTINGAN INFORMASI BEASISWA KIP-K PADA AKUN INSTAGRAM YOURUNISSULA**

*Sumber: <http://instagram.com/yourunissula> (diakses pada tanggal 30 Juli 2022)*

Dalam gambar di atas menunjukkan salah satu calon mahasiswa yang kebingungan dan bertanya dalam kolom komentar pada tanggal 28 Juni 2022. Dari salah satu komentar tersebut, peneliti ingin meneliti apakah pemanfaatan media sosial instagram @yourunissula sebagai media komunikasi dan informasi bisa dimanfaatkan dengan baik calon mahasiswa dan mahasiswa dalam mencari informasi.

Maka, hal tersebut meyakinkan peneliti untuk memilih Unissula dalam melakukan penelitian ini, karena dapat dilihat bagaimana instansi memanfaatkan

platform Instagram sebagai Media komunikasi yang memudahkan calon mahasiswa dalam mencari informasi.

Dari penjelasan di atas, penelitian ini ingin menjelaskan lebih lanjut terkait pemanfaatan konten media sosial instagram sebagai media komunikasi. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @YOURUNISSULA SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN INFORMASI MAHASISWA UNISSULA ANGKATAN 2022”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan sebelumnya, peneliti akan melakukan identifikasi masalah pada penelitian ini, yaitu;

Bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram @yourunissula sebagai media komunikasi dan informasi untuk calon mahasiswa Unissula?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menemukan jawaban terkait rumusan masalah yang dijabarkan sebelumnya yaitu:

Untuk mengetahui pemanfaatan pada media sosial Instagram @yourunissula sebagai media komunikasi dan informasi calon Mahasiswa angkatan 2022.

## **1.4 Signifikasi Penelitian**

Signifikasi penelitian merup akan kata lain dari kegunaan penelitian, yaitu:

1. Secara Akademis

Penelitian ini dimaksudkan untuk membantu peneliti menganalisis dan menerapkan pengetahuan yang telah mereka pelajari tentang penggunaan platform media sosial seperti Instagram dari bidang jurnalisme penyiaran.

## 2. Secara Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat membantu perusahaan khususnya divisi yang memegang tanggung jawab penuh terkait konten di Instagram untuk dapat dikembangkan dan dipertahankan beberapa konten yang mereka miliki. Lalu, agar menjadi referensi dan penilaian agar Instagram @yourunissula dapat menjadi lebih baik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak lain yang mengetahui atau bahkan mendalami mengenai pemanfaatan media sosial Instagram @yourunissula sebagai media komunikasi dan informasi calon mahasiswa.

## 3. Secara Sosial

Diharapkan penelitian ini dapat membantu calon mahasiswa dan orang tua yang mencari informasi tentang Universitas Islam Sultan Agung (Unissula) di Instagram, penelitian ini diharapkan dapat membantu calon mahasiswa Unissula, khususnya mahasiswa Unissula sebagai media komunikasi dan informasi mereka.

## 1.5 Kerangka Penelitian

### 1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah cara memandang sifat realitas yang rumit. Paradigma konstruktivisme adalah sudut pandang yang diadopsi oleh para peneliti untuk penelitian ini. Paradigma konstruktivis adalah salah satu yang hampir bertentangan dengan gagasan bahwa kebenaran atau sains ditemukan melalui observasi dan objektivitas.

Salah satu cara pandang dalam tradisi sosiokultural adalah paradigma konstruktivis. Menurut paradigma ini, cara kita berbicara tentang objek, bahasa yang kita gunakan untuk menyampaikan gagasan kita, dan cara pengelompokan sosial menyesuaikan diri dengan pengalaman bersama mereka semuanya berkontribusi pada pengembangan identitas objek. Bentuk simbol atau bahasa memiliki peran penting dalam penciptaan realitas. Kelompok yang berbeda dengan identitas, makna, minat, pengalaman, dll yang berbeda, berusaha untuk mengekspresikan diri mereka dan kemudian menawarkan keamanan dengan membangun realitas secara simbolis.

Menurut Patton dalam jurnal (Logica et al., 2022), sarjana konstruktivis melihat realitas berbeda yang dibuat orang, dan tersirat dari ciptaan ini untuk kehidupan bersama mereka dengan orang lain, setiap orang memiliki pengalaman yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian yang menggunakan teknik ini menyiratkan bahwa setiap orang memiliki perspektif yang berarti tentang dunia, dan perspektif tersebut patut untuk dihormati.

Menurut paradigma konstruktivisme, kebenaran suatu realitas sosial dapat dipandang sebagai produk konstruksi sosial dan kebenaran itu bersifat

relatif. Paradigma konstruktivisme ini termasuk dalam pendekatan interpretivisme (penafsiran), yang selanjutnya dibagi lagi menjadi tiga kategori: interaksi simbolik, interpretasi fenomenologis, dan interpretasi hermeneutik. Paradigma positivis ditentang oleh paradigma konstruktivis dalam ilmu sosial.

Paradigma konstruktivis berpendapat bahwa realitas sosial, seperti yang diamati oleh satu individu, tidak dapat diperluas ke semua individu, seperti yang biasanya dilakukan oleh positivis. Peter L. Berger dan Thomas Luckman, sosiolog interpretatif, mengajukan gagasan konstruksionisme. Teori konstruksi sosial dapat diposisikan di antara teori fakta sosial dan teori definisi sosial dalam konteks kajian komunikasi.

### 1.5.2 S.O.T.A (State Of The Art)

Peneliti dan Judul Penelitian	Permasalahan Penelitian	Teori	Metode	Kesimpulan
Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi	Pemanfaatan media instagram	Teori Kesempurnaan Media	Deskriptif Kualitatif	Pemerintah Kota Semarang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana bagi masyarakat

Pemerintah Kota Semarang				untuk mendapatkan informasi publik secara baik dan benar.
Pemanfaatan Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran)	pemanfaatan media sosial yang digunakan oleh Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran dalam menyebarkan informasi baik pada pihak internal maupun	Teori Kebutuhan Informasi	Kualitatif dengan pendekatan Studi Kasus	Humas Kabupaten Pangandaran memanfaatkan media sosial sebagai media untuk berkomunikasi, berdiskusi dan berkolaborasi antara pegawai internal, eksternal bahkan publik. Meskipun masing-masing media sosial memiliki

	eksternal institusi.			keunggulan dan kelemahan, namun media Instagram merupakan media yang paling populer dalam menjalankan fungsinya.
Pemanfaatan Media Sosial Instagram Diskominfo Kota Makasar Sebagai Media Komunikasi Dalam Menyampaikan Informasi Kepada Masyarakat Kota Makasar	Pemanfaatan Media Sosial Instagram dan upaya pemerintah kota Makassar dalam menghadapi masalah-masalah yang timbul dalam berkomunikasi	MC Qual, 200 tentang Pemanfaatan Media	Deskriptif Kualitatif	Peran media sosial instagram DISKOMINFO kota Makassar dalam menyebarkan informasi dinilai telah optimal.

	si ke masyarakat di era milenial.			
--	---	--	--	--

**TABEL 1. 1 S.O.T.A (STATE OF THE ART)**

Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi dan informasi telah menjadi subyek dari berbagai penelitian sebelumnya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian pertama sebelumnya terletak pada teori penelitiannya. Hanya objek penelitian pada fokus kajian pertama pada komunikasi sosial yang relevan di sini. Pembedaan penelitian kedua hanya berkaitan dengan objek penelitian yang berfokus pada Diseminasi Informasi. Studi ketiga, di sisi lain, lebih cenderung berkonsentrasi pada isu-isu yang muncul saat generasi milenial berkomunikasi dengan masyarakat.

### **1.5.3 Teori Kebutuhan Informasi**

Kebutuhan informasi muncul sebagai akibat dari basis pengetahuan mereka (Tjiptasari et al., 2019). Artinya, keadaan seseorang yang merasakan kekurangan dan berusaha menebusnya. Misalnya, ketika Anda membutuhkan informasi untuk membantu upaya Anda menjembatani kesenjangan informasi, seperti ketika Anda perlu menemukan fakta, memecahkan masalah, atau bahkan mengambil keputusan. Setiap orang membutuhkan pengetahuan. Siapa pun yang sadar akan membutuhkan informasi di beberapa titik. Menurut (Mintarto & Rohmiyati, 2018), itu adalah masalah yang muncul dalam struktur kognitif seseorang yang merasa memiliki pengetahuan atau informasi yang terbatas karena suatu tugas atau

yang hanya ingin tahu. Jika dilihat dari perspektif ini, frase "kebutuhan informasi" mengacu pada pengetahuan dan gagasan informasi. Pada tahap kedua, pencari informasi ingin mengetahui bagaimana informasi akan membantu pemahaman dan makna, menurut (Sutayogi, 2019), yang mendefinisikan permintaan informasi sebagai sesuatu yang berkembang secara progresif dari rasa samar akan sesuatu yang kurang. Kebutuhan informasi digambarkan sebagai skenario atau proses yang dimulai ketika seseorang merasa ada tengah (gap) antara informasi dan pengetahuan yang tersedia untuk memecahkan suatu masalah dan solusi aktual untuk suatu masalah oleh Miranda dan Tarapanof (2008) dalam jurnal (Sutayogi, 2019).

Pandangan lain tentang persoalan yang muncul ketika kebutuhan informasi dihubungkan dengan lingkungan yang memupuk kebutuhan tersebut, khususnya yang berhubungan dengan berbagai media penyimpan informasi (sumber informasi), adalah banyak kebutuhan yang dapat dimajukan, seperti yang dikemukakan oleh Katz, Gurevitch, dan Hass (dalam Yusup , 2010) Kelompokkan tuntutan tersebut ke dalam lima kategori dengan menggunakan literatur tentang fungsi sosial dan media psikologis massa, antara lain:

1. Kebutuhan kognitif yakni kebutuhan dalam memperoleh informasi, pemahaman, dan pengetahuan.
2. Kebutuhan afektif terdiri dari kebutuhan terkait emosional, estetis, dan pengalaman menyenangkan.

3. Kebutuhan integratif personal yaitu kebutuhan dalam membangun percaya diri, memperkuat kredibilitas, stabilitas dan status diri.
4. Kebutuhan integratif sosial adalah kebutuhan mempererat hubungan dengan keluarga, teman dan lingkungan sosial lainnya.
5. Kebutuhan pelepasan ketegangan, yakni kebutuhan dalam melakukan pelarian dan pengalihan dari suatu permasalahan tertentu.

Dalam penelitian ini, peneliti akan memperkuat kebutuhan kognitif lingkungan yang mendorong munculnya kebutuhan untuk memperkuat penambahan informasi, konfirmasi informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai informasi pada platform media sosial seperti Instagram Universitas Islam Sultan Agung (Unissula).

## **1.6 Operasional Konsep**

### **1.6.1 Konsep Mengenai Pemanfaatan Media Sosial**

Media sosial adalah salah satu platform yang digunakan oleh media siber, tidak banyak perbedaan antara keduanya. Media sosial, bagaimanapun, memiliki kepribadian yang unik, menurut Nasrullah (2015), yaitu:

1. Internet (Network) Infrastruktur yang menghubungkan komputer dengan perangkat keras lain dikenal sebagai jaringan. Koneksi ini diperlukan karena dengan terhubungnya sebuah komputer, komunikasi, termasuk transmisi data, dapat berlangsung.

2. Informasi (Information) Pengguna media sosial menghasilkan materi, mengkomunikasikan, dan membangun representasi identitas mereka berdasarkan informasi, menjadikan informasi sebagai aspek kunci dalam media sosial.
3. Arsip (Archive) mengambil peran baru di media sosial dengan mendemonstrasikan bagaimana data pengguna disimpan dan dapat diakses kapan saja dari perangkat apa saja.
4. Interaksi (Interaction) Media sosial menciptakan jaringan pengguna yang harus dikembangkan dengan interaksi antara pengguna tersebut dan tidak hanya melalui pertumbuhan pertemanan atau pengikut (follower).
5. Simulasi Sosial (simulation of society) Sifat media sosial cocok untuk melayani sebagai saluran bagi kelanjutan masyarakat (society) di dunia maya. Media sosial memiliki ciri khas dan pola penggunaan yang seringkali berbeda dan tidak ada dalam konteks sosial yang sebenarnya.

Konten pengguna (user-generated content) Di media sosial, konten dimiliki sepenuhnya dan berasal dari kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC adalah hubungan yang saling menguntungkan dalam budaya media baru yang memberi orang kesempatan dan kebebasan untuk berkontribusi. Khalayak dalam hal ini tidak dibatasi untuk dijadikan objek atau target pasif dalam penyampaian pesan, seperti halnya media (tradisional) yang lebih tua.

### 1.6.2 Media Komunikasi

Untuk mencerahkan atau mempengaruhi pandangan, keyakinan, atau perilaku orang lain, seseorang harus berkomunikasi dengan mereka secara vokal atau tidak langsung melalui media (Siregar, 2022). Menurut definisi ini, tujuannya adalah untuk menginformasikan atau mengubah perilaku, sikap, atau pendapat.

Selain itu, (Siregar, 2022) berpendapat bahwa komunikasi pada dasarnya adalah tindakan menyampaikan pikiran atau perasaan seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Ide, fakta, opini, dan hal-hal lain yang muncul di benaknya adalah contoh pemikiran. Keyakinan, jaminan, keraguan, kecemasan, ketakutan, keberanian, kegembiraan, dan emosi mendalam lainnya adalah contoh perasaan. Memiliki strategi komunikasi yang mempertimbangkan faktor-faktor yang mendorong dan menghambat komunikasi diperlukan agar komunikasi dapat terjadi secara efektif (Siregar, 2022).

### 1.6.3 Informasi

(2013) Astuti menghasilkan pengolahan informasi, yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yang akan berdampak langsung pada penerima dan sebagai bentuk yang signifikan bagi penerima. Informasi mempunyai tingkat kualitas antara lain:

1. Kemudahan memperolehnya.
2. Sifat Luas dan kelengkapan.
3. Ketelitian.

4. Kecocokan.
5. Ketepatan waktu.
6. Kejelasan.
7. Fleksibel.
8. Dapat dibuktikan.
9. Tidak ada prasangka
10. Dapat diukur.

## 1.7 Metode Penelitian

### 1.7.1 Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk penelitiannya. Menurut buku yang ditulis oleh Basrowi & Kelvin (2008), penelitian kualitatif merupakan objek kajian yang unik yang tidak dapat dianalisis secara kuantitatif maupun numerik. Metodologi penelitian kualitatif sendiri memiliki strategi yang menunjukkan pemahaman yang luas terhadap suatu realitas sosial dari beberapa sudut pandang. Informasi deskriptif dihasilkan melalui penelitian kualitatif dalam bentuk ucapan, tulisan, dan tindakan subjek. Menurut Sugiyono (2011:12), tujuan dari pendekatan kualitatif adalah untuk “menemukan pola-pola hubungan yang saling berinteraksi, menemukan teori, menggambarkan realitas yang kompleks, dan mencapai pemahaman makna, ”Pada teknik pemilihan informan, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, yang mana merupakan teknik pemilihan informan atau narasumber sesuai dengan

tujuan tertentu mengikuti tema penelitian. Dengan memilih tiga informan kunci, satu informan pendukung dan satu informan ahli dari konsultan komunikasi.

### 1.7.2 Objek Penelitian

Orang yang menjadi sumber ilmu dan dapat memberikan data yang relevan dengan situasi yang diteliti adalah subjek penelitian. Kandidat yaitu Mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung (Unissula) Angkatan 2022 yang sudah mengikuti media sosial instagram @yourunissula.

### 1.7.3 Sumber Data

Sumber data yang dikumpulkan dibagi menjadi dua berdasarkan sumbernya, yaitu :

#### a. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer antara lain wawancara, observasi, dan dokumentasi Mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung (Unissula)

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan atau diperoleh oleh peneliti dari sumber yang telah ada. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti internet, buku, laporan, koran, majalah, dan sosial media instagram @yourunissula.

#### 1.7.4 Teknik Penentuan Informan

Pemilihan informan sebagai sumber data dalam penelitian ini yaitu berdasarkan pada subjek yang menguasai permasalahan, mempunyai data, dan bersedia memberikan informasi yang lengkap dan akurat pada penelitian ini. Informan sebagai sumber informasi dan data harus memenuhi syarat, yang akan menjadi informan atau narasumber pada penelitian ini adalah Mahasiswa Unissula yang mengikuti media sosial instagram @yourunissula. Informan tersebut dipilih karena di rasa telah memenuhi kriteria peneliti, sebagai informan yang mengetahui segala informasi mengenai Konten media sosial instagram @yourunissula dalam pemanfaatan media sosial instagram yang nantinya dapat menjadi sumber informasi dalam menyelesaikan penelitian ini.

#### 1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang relevan dengan masalah dalam penelitian pemanfaatan media sosial instagram @yourunissula sebagai media komunikasi dan informasi pada mahasiswa Unissula, maka digunakan Teknik pengumpulan data sebagai berikut :

##### a. Observasi

Salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui atau menyelidiki tingkah laku non verbal yakni dengan menggunakan teknik observasinya. Menurut Susilo, (2020) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas

pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut.

b. Wawancara

Wawancara menjadi salah satu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Wawancara merupakan komunikasi dua arah untuk memperoleh informasi dari Responden yang terkait. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka antara peneliti dengan responden, di mana peneliti bertanya langsung tentang suatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya. Wawancara yang dipilih oleh peneliti adalah wawancara semiterstruktur (semistructure interview). Wawancara semacam ini termasuk dalam payung wawancara mendalam, menurut Sugiyono (2018: 467), di mana wawancara semi terstruktur dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara lebih bebas daripada wawancara terstruktur dengan tetap berpegang pada kriteria wawancara yang telah ditetapkan. Tujuan wawancara ini adalah untuk mengungkap masalah dengan lebih jujur. Responden utama dalam wawancara ini adalah para mahasiswa Unissula yang telah mengikuti media sosial instagram @yourunissula. Dalam proses mewawancarai peneliti memerlukan bantuan media-atat yang diantaranya adalah buku catatan yang berfungsi untuk mendapatkan data dari hasil wawancara, media perekam yang berfungsi untuk merekam semua percakapan akan tetapi

dalam menggunakan media perekam peneliti meminta izin terlebih dahulu apakah percakapan tersebut boleh direkam, serta kamera yang berfungsi untuk memperkuat keabsahan data penelitian dalam pengumpulan dan masih ada media lainnya.

c. Dokumentasi

Memperoleh data dan informasi berupa buku, arsip, dokumen, angka tertulis, dan gambar dalam bentuk laporan dan informasi yang dapat membantu penelitian disebut dengan dokumentasi, menurut Sugiyono (2018). Penggunaan studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan teknik observasi atau wawancara. Jika disertai dengan gambar atau artikel ilmiah yang diterbitkan sebelumnya, mereka akan lebih dipercaya atau memiliki tingkat reputasi yang tinggi. Saat melakukan wawancara, dokumentasi yang digunakan dalam penelitian adalah dokumen. Jika ada dokumentasi untuk mendukung temuan studi observasi dan wawancara, temuan akan lebih dapat dipercaya.

### 1.7.6 Analisis Data

Setelah pengumpulan data, peneliti memproses semua data. Analisis data menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara merinci secara mendalam data-data yang diperoleh selama investigasi berlangsung. Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2012:246), pengolahan data kualitatif meliputi reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. 1. Pengurangan Pengurangan mencakup meringkas, memilih hal-hal yang penting, dan kemudian mengidentifikasi tema dan pola

(Sugiyono, 2002). Pada titik ini, peneliti memisahkan materi menjadi yang berkaitan dengan 27 studi dan yang tidak. Seiring dengan berkurangnya data, data akan semakin kecil hingga mencapai akar masalah, yang akan membantu memberikan gambaran yang lebih jelas tentang topik penelitian.

2. Penarikan kesimpulan Membuat kesimpulan merupakan langkah terakhir dalam proses pengolahan data. Setelah semua informasi telah tersedia, tantangan penelitian dapat dipahami, dan setelah itu dapat dibuat kesimpulan yang mewakili temuan penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah pembahasan mengenai Pemanfaatan Media Sosial Instagram @yourunissula Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Calon Mahasiswa Baru Angkatan 2022 Pendekatan kualitatif merupakan teknik yang paling cocok untuk memahami dan menjelaskan fenomena yang sedang diteliti. Adapun data yang diperoleh tidak semuanya akan dipakai oleh peneliti hanya data yang relevan yang akan digunakan. Data diambil dari para informan dengan teknik wawancara, setelah data terkumpul maka data diklasifikasikan berdasarkan fokus penelitian. Setelah data terkumpul maka dianalisis berdasarkan fokus kajian penelitian. Hasil penelitian tersebut kemudian dikaitkan dengan kerangka teori, dari situlah data diolah dan ditarik kesimpulan.

### **1.7.7 Kualitas Data**

Data yang valid dapat diperoleh dengan menggunakan proses uji kredibilitas data yang digunakan dalam penelitian kualitatif terhadap hasil

data penelitian. Menurut Sugiyono (2014), berbagai macam pengujian kredibilitas dilakukan antara lain dengan menambahkan observasi, meningkatkan kegigihan dalam penelitian, triangulasi, percakapan dengan rekan kerja, analisis kasus negatif, dan pemeriksaan anggota. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan wawancara terekam dan wawancara mendalam dengan informan untuk mengklarifikasi semua gambar.



## BAB II

### PROFIL PENELITIAN

#### 2.2 Profil Unissula (Universitas Islam Sultan Agung Semarang)

Universitas Islam Sultan Agung (Unissula) merupakan universitas terkemuka di Indonesia dan telah Universitas Islam meneguhkan diri sebagai *World Class Islamic University*. Sebagai universitas yang berorientasi pada perkembangan teknologi maka penggunaan media sosial seperti instagram sangat penting. Hal ini salah satunya untuk surber informasi calon bahkan mahasiswa Unissula itu sendiri.

Universitas Islam Sultan Agung atau Unissula didirikan oleh Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung (YBWSA) pada tanggal 16 Dzulhijjah 1381 H yang bertepatan dengan tanggal 20 Mei 1962 M. Nama Sultan Agung diambil dari nama Sultan Agung, seorang pahlawan nasional yang berjasa besar bagi bangsa Indonesia. Adi Prabu Hanyokrokusumo, sering dikenal sebagai Sultan Agung, lahir di Kotagede, Kesultanan Mataram pada tahun 1593. Sultan ketiga Kesultanan Mataram, Sultan Agung, memerintah dari tahun 1613 hingga 1645. Kesultanan Mataram, yang dia awasi, tumbuh menjadi kerajaan terbesar di Jawa dan Nusantara saat itu. Sultan Agung dipilih sebagai nama universitas karena berbagai alasan, antara lain karena beliau adalah seorang pemimpin besar yang sangat mencintai tanah airnya dan sangat menentang penjajahan. Sultan Agung adalah seorang raja dengan kode moral yang kuat dan komitmen terhadap agama. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika jasa-jasa beliau sebagai pejuang dan budayawan mengantarkan nama besar Sultan Agung ditetapkan sebagai pahlawan nasional Indonesia berdasarkan S.K. Presiden No. 106/TK/1975 tanggal 3 November 1975. Dasar

pemikiran tersebut menjadi sebuah hal yang logis menjadikan nama Sultan Agung sebagai nama universitas dan melalui nama tersebut diharapkan akan terus mengobarkan semangat perjuangan membangun bangsa melalui dunia pendidikan dengan nilai-nilai keislaman. Rektor yang memimpin sekarang adalah Prof. Dr.H. Gunarto, SH., M.Hum (2022-2027), Rektor sebelumnya adalah Drs. H. Bedjo Santoso, MT.,Ph.D (2020- 2022), Ir. H. Prabowo Setiyawan, M.T, Ph.D (2018-2020), Anis Malik Thoha , M.A, Ph.D (2014-2018), Prof. Dr. Laode M. Kamaluddin (2009-Februari 2014).

Unissula merupakan universitas terkemuka di Indonesia dan telah meneguhkan diri sebagai World Class Islamic University. Unissula secara konsisten mengembangkan empat strategi pendidikan yang menjadi ciri khas dan keunggulan tersendiri di antara ribuan universitas di Indonesia.

Pertama, Unissula mengembangkan Budaya Akademik Islami (BudAi) dalam aktivitas pembelajarannya guna membangun karakter mahasiswa agar menjadi pribadi yang berakhlaqul karimah dan memiliki kompetensi sesuai bidangnya masing masing.

Kedua, Unissula memperkuat kompetensi bahasa internasionalnya baik bagi dosen, tenaga kependidikan maupun mahasiswa. Hal tersebut merupakan jawaban atas tuntutan di era yang sudah mengglobal ini yang menjadikan bahasa internasional sebagai kebutuhan primer dalam berkomunikasi dengan dunia luar. Mahasiswa yang akan lulus sudah harus menguasai bahasa Inggris dengan skor TOEFL minimal 450. Selain bahasa Inggris bahasa yang juga diajarkan di kampus ini adalah bahasa Arab dan bahasa Korea.

Ketiga, membangun Jaringan pendidikan internasional. Dalam beberapa tahun terakhir Unissula terus membuka dan mengimplementasikan kerjasama internasional dengan universitas-universitas terkemuka di level internasional. Dengan berbagai kerja sama tersebut diharapkan akan semakin meningkatkan kualitas iklim pendidikan di Unissula dalam beberapa hal antara lain pertukaran mahasiswa, pertukaran dosen, kerjasama penelitian, studi lanjut dosen dan mahasiswa dll. Kerjasama pendidikan yang telah dijalankan antara lain Rotterdam University (Belanda), Nantes University (Perancis), BICOL University, University of Philippine (Manila), UERMMMMC (Manila), Dongseo University (Korsel), Changwon National University (Korsel), Myongji College (Korsel), RAPA (Korea Radio Promotion and Assosiation), Vellore Institute of Technology (India), Nehru Group Institute (India), SRENAKHARINWIROT University (Thailand), Naresuan University (Thailand), Universiti Teknologi Malaysia, International Islamic University Of Malaysia , Fatih University (Turki), Budapest Business School (Hungaria), Hiroshima University (Jepang), Al Iraqi University (Irak), International Islamic University Islamabad (Pakistan).

Keempat, Diversifikasi kluster studi yang ditunjang oleh fasilitas yang memadai. Kampus Unissula kini berdiri megah di atas lahan seluas 35 hektar dan memiliki empat kluster studi unggulan yaitu kluster kesehatan, kluster teknik, kluster sosial dan kluster pendidikan. Unissula merupakan salah satu Perguruan Tinggi swasta yang memiliki kluster studi lengkap dengan 11 fakultas unggulan yaitu Fakultas Kedokteran, Fakultas Teknik, Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi, Fakultas Agama Islam, Fakultas Teknologi Industri, Fakultas Psikologi, Fakultas

Bahasa dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Keperawatan, Fakultas Kedokteran Gigi, dan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.

### 2.2.1 Lokasi Universitas Islam Sultan Agung

Universitas Islam Sultan Agung merupakan salah satu kampus islam terbaik di Jawa Tengah, lokasinya sendiri berada di kota Semarang tepatnya di Jl. Kaligawe Raya No.KM. 4, Terboyo Kulon, Kec. Genuk, Kota Semarang, Jawa Tengah 50112. Sebagai salah satu kampus terkemuka di Jawa Tengah lokasinya pun cukup strategis karena sangat dekat dengan, terminal Terboyo, Pelabuhan Tanjung Emas, Bandara, Stasiun Poncol dan Tawang. Sehingga sangat mempermudah akses transportasi bagi mahasiswa – mahasiswi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

### 2.2.2 VISI, MISI dan LOGO

#### Visi Universitas:

"Sebagai Universitas Islam terkemuka dalam membangun generasi khaira ummah, mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi atas dasar nilai-nilai Islam dan membangun peradaban Islam menuju masyarakat sejahtera yang dirahmati Allah Swt. dalam kerangka rahmatan lil ‘alamin.”

#### Misi Universitas:

1. Menyelenggarakan pendidikan tinggi Islam dalam rangka dakwah Islamiyah yang berorientasi pada kualitas dan kesetaraan universal dengan



2. Merekonstruksi dan mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi (Iptek) berdasarkan nilai-nilai Islam,
3. Mendidik dan mengembangkan sumber daya insani yang Islami pada semua strata pendidikan melalui berbagai bidang ilmu dalam rangka membangun generasi khaira ummah dan kader-kader ulama tafaqquh fiddin, dengan mengutamakan kemuliaan akhlak, dengan kualitas kecendekiawanan dan kepakaran standar tertinggi, siap melaksanakan tugas kepemimpinan umat dan dakwah,
4. Mengembangkan pengabdian kepada masyarakat dalam membangun peradaban Islam menuju masyarakat sejahtera yang dirahmati Allah Swt. dalam kerangka rahmatan lil' alamin, dan
5. Mengembangkan gagasan dan kegiatan agar secara dinamik senantiasa siap melakukan perbaikan kelembagaan sesuai dengan hasil rekonstruksi dan pengembangan Iptek dan perkembangan masyarakat.

**Logo :**



**GAMBAR 2. 1 LOGO**

**UNISSULA**

**Makna Logo :**

1. Bingkai segi lima berwarna kuning artinya falsafah Pancasila.
2. Tulisan alif warna putih memiliki arti keesaan Allah

3. Bulan bintang warna kuning memiliki artinya Islam
4. Buku warna putih memiliki arti ilmiah
5. Putik bunga melati 20 buah berwarna putih artinya tanggal 20
6. Kelopak bunga melati 5 buah warna putih artinya bulan ke-5
7. Daun 5 buah berwarna hijau artinya rukun Islam
8. Tulisan Unissula warna kuning emas artinya singkatan dari Universitas Islam Sultan Agung
9. Tulisan Arab “Jami’ah Sulthon Ajung Al-Islamiyyah” warna kuning emas artinya sebutan Unissula dalam bahasa Arab.

10. Warna :

- Hitam : abadi
- Kuning/ kuning emas : keagungan
- Hijau : kesuburan dan kedamaian
- Putih : kesucian



### 2.2.3 Budaya Perusahaan

Unissula sebagai Universitas Islam terkemuka telah merencanakan sebuah haluan besar dalam pendidikannya, yakni *bismillah membangun generasi khaira ummah*. Filosofi tersebut terinspirasi dari Alquran Surat Ali Imron : 110 “*Kamu adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma`ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah.*”

Guna merealisasikan hal itu dilakukan melalui strategi pendidikan yang diimplementasikan melalui Budaya Akademik Islami (BudAi). BudAi secara resmi

dideklarasikan pada tanggal 18 Agustus 2005. BudAi di sini bukan sekadar semboyan atau motto belaka, tetapi menjadi ruh yang menghidupkan seluruh sendi universitas. Strategi pendidikan yang ber-BudAi pada intinya berisi penguatan *ruhiyah* dan penguatan Iptek. Penguatan *ruhiyah* yang dimaksud adalah penguatan akidah, ibadah, dan akhlak yang dikemas dalam gerakan pembudayaan yang meliputi gerakan shmedia berjama'ah, gerakan berbusana islami, gerakan *thaharah*, gerakan keteladanan, gerakan keramahan islami, dan gerakan peningkatan kualitas hidup. Adapun penguatan Iptek terdiri atas semangat *iqra'* untuk mengembangkan budaya literasi, mengembangkan Iptek atas dasar nilai-nilai Islam, *Islamic Learning Society*, dan apresiasi Iptek.

Pendidikan adalah pembudayaan dan pembiasaan dengan tata nilai yang diyakini kebenarannya. Pendidikan di kampus Islam adalah penerapan nilai-nilai Islam dalam keseluruhan kehidupan kampus dan dilaksanakan oleh seluruh warga kampus. Lingkungan dan sarana-prasarana kampus harus menunjang tujuan pendidikan di kampus. Suasana kampus juga harus menunjang tradisi keilmuan Islam, sehingga dapat membangun *Islamic Learning Society*.

Ke depan, pendidikan Islam harus mampu meraih kembali kejayaan yang telah diraih oleh pendidikan Islam terdahulu. Untuk mewujudkannya, perlu dibangun sebuah masyarakat pendidikan dengan atmosfir ibadah dan atmosfir akademik yang kondusif, yaitu dengan membangun *Islamic Learning Society*. Adapun *Islamic Learning Society* adalah masyarakat kampus yang senantiasa menjunjung tinggi nilai-nilai Islam, dan menjadikan Islam sebagai pandangan hidup segenap civitas akademika, menjadi sumber inspirasi, motivasi, dan sekaligus menjadi filter dalam

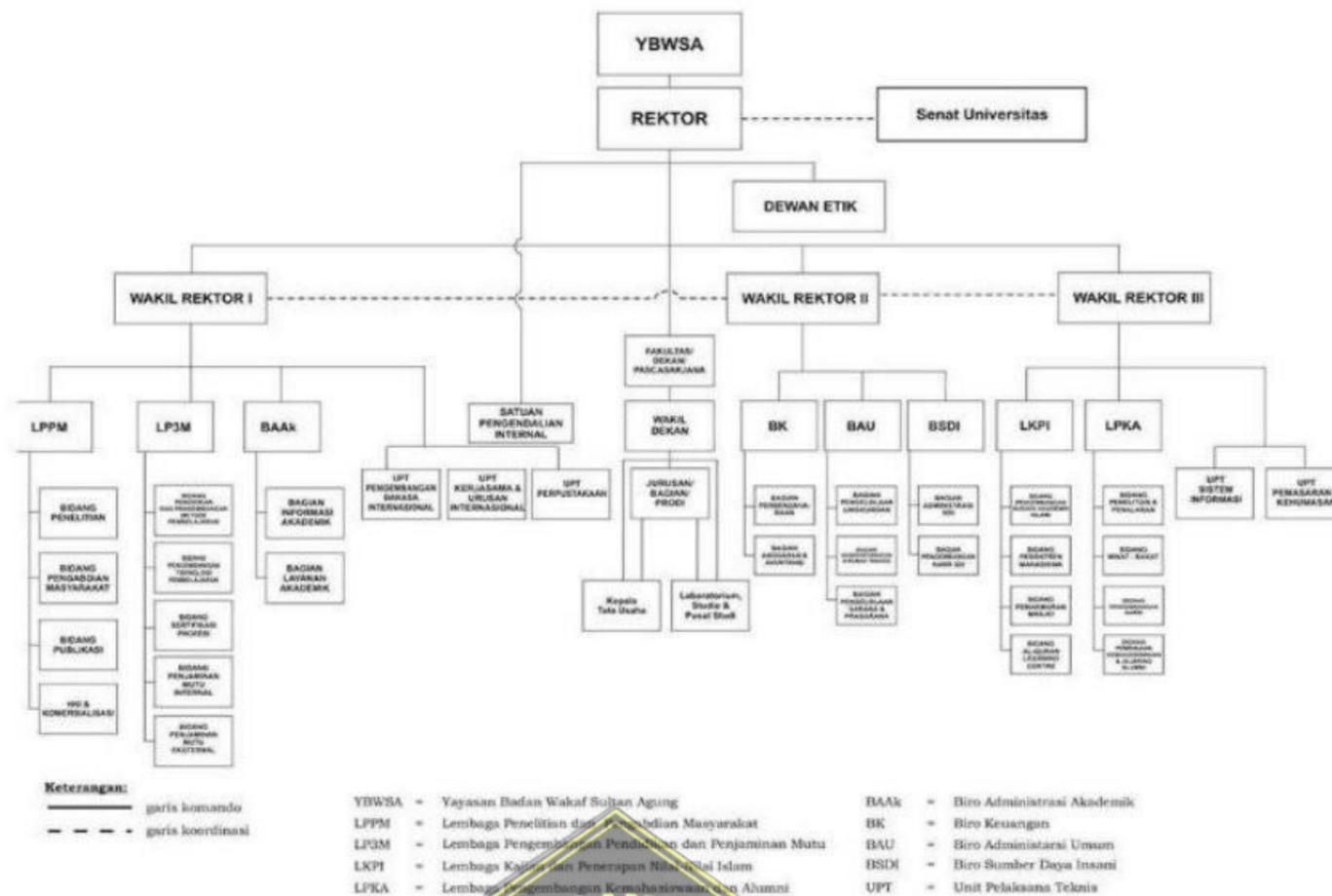
kegiatan ilmiah dan budaya. Kegiatan belajar-mengajar dengan nilai-nilai islami yang kental mewarnai suasana kampus. Interaksi yang tercipta antara dosen dan mahasiswa, antara dosen dan dosen, dan antara mahasiswa dan mahasiswa, senantiasa mencerminkan interaksi pembelajaran yang menyenangkan dan membahagiakan. Pada akhirnya, *Islamic Learning Society* merupakan hasil dari mantapnya pelaksanaan Budaya Akademik Islami (BudAi).

#### 2.2.4 Struktur Organisasi Unissula

Sebuah kelompok individu yang telah dibentuk untuk mencapai tujuan tertentu adalah sebuah organisasi. Kinerja organisasi pengelola menentukan berhasil tidaknya suatu lembaga. Oleh karena itu, penting bagi semua institusi untuk menciptakan organisasi yang memiliki peran, wewenang, dan tanggung jawab yang jelas sehingga institusi dapat menunjukkan kerjasama karyawan yang sangat baik.

Struktur organisasi menunjukkan tingkat posisi kerja, fungsi dan tanggungjawab dari setiap departemen yang terdapat di perusahaan. Susunan organisasi ini bertujuan agar organisasi dapat dimanage lebih efektif sesuai dengan visi dan misi instansi pemerintah, sehingga mampu menciptakan situasi kerja yang berkesinambungan dan saling menunjang kerjasama pada manajemen organisasi. Untuk mengetahui lebih lanjut, maka dapat dilihat struktur organisasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang sebagai berikut :

#### **Bagan Struktur Universitas Islam Sultan Agung**



GAMBAR 2.2 STRUKTUR UNISSULA

### 2.2.5 UPT Pemasaran dan Kehumasan

UPT Pemasaran dan Kehumasan adalah Unit Pelaksana Teknis di tingkat Universitas yang didirikan berdasarkan SK YBWSA No. 102/SK/YBWS-SA/VII/2014 tentang Pengesahan Struktur Organisasi Universitas Islam Sultan Agung Tahun 2014 serta kedudukan dan uraian tugas. Sebagai unit pelaksana teknis yang bertugas melaksanakan fungsi pemasaran dan kehumasan di Unissula, dipimpin oleh seorang kepala UPT dan dibantu dua divisi yaitu divisi pemasaran dan divisi kehumasan. UPT Pemasaran dan Kehumasan berada di bawah koordinasi Wakil Rektor III dan berada di bawah dan bertanggungjawab kepada rektor.

UPT Pemasaran dan Kehumasan dibentuk sebagai pelaksana teknis dalam mendukung kegiatan pemasaran dan kehumasan di Unissula agar terbentuk citra, reputasi dan brand Unissula di tingkat nasional maupun internasional. UPT Pemasaran dan Kehumasan diharapkan mampu merencanakan dan mengembangkan kualitas kegiatan pemasaran dan kehumasan dengan tujuan peningkatan penerimaan jumlah dan kualitas mahasiswa baru. Di samping itu juga diharapkan mampu meningkatkan jumlah publikasi di media massa, serta mengontrol berita dan informasi mengenai Unissula di media massa.

Sebagai universitas Islam yang menyelenggarakan pendidikan untuk membangun generasi khaira ummah, maka Unissula memiliki peluang dan sekaligus tantangan yang tidak ringan. Implementasi proses pendidikannya harus diarahkan pada pencapaian hasil (lulusan) yang tidak hanya memiliki kemampuan utuh antara keimanan dan ketakwaan, tetapi juga memiliki kedalaman dan keluasan wawasan pengetahuan, penguasaan iptek dan profesionalisme, serta kemandirian dan tanggungjawab sosial. Oleh karena itu, dalam rangka peningkatan kualitas mahasiswa Unissula agar mampu menyejajarkan dirinya dengan universitas-universitas lain di dunia untuk menjadi *Word Class Islamic University* maka perlu untuk membuat sistem perencanaan kegiatan pemasaran dan kehumasan yang terpadu melalui *Integrated Marketing Communication* yang dilakukan secara terarah, terukur dan melakukan *continues improvement* sehingga tercapai kualitas perolehan mahasiswa dan juga pencapaian lulusan yang benar-benar menjadi generasi khaira ummah.



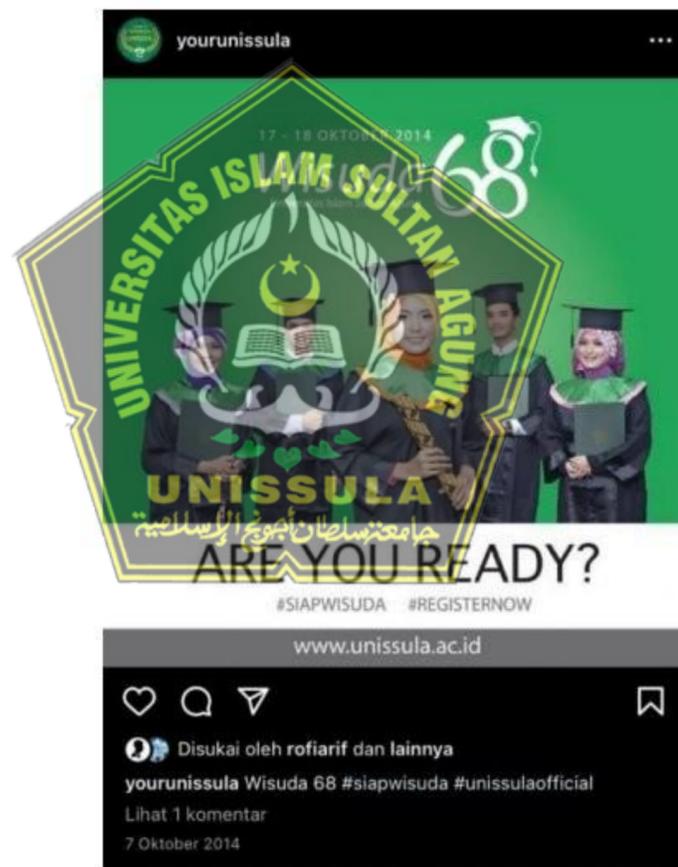
**GAMBAR 2. 3 STRUKTUR UPT PEMASARAN DAN KEHUMASAN)**

### 2.3 Profil Instagram yourunissula

Instagram adalah platform media sosial tempat pengguna dari seluruh dunia dapat bertukar gambar. Didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, Instagram adalah galeri besar tempat siapa saja dapat melihat karya pengguna lain dan membangun jejaring sosial. Sehubungan dengan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa Instagram adalah alat untuk mengambil, mengedit, dan berbagi gambar dengan grup pengguna Instagram lainnya.

Salah satu pendiri Instagram adalah Kevin Systrom. Systrom membuat keputusan untuk mengejar keinginannya membuat aplikasinya sendiri pada tahun 2009. Setelah membuat programnya, Instagram menarik 1 juta pengguna pada Desember 2010—di antaranya musisi, aktor, dan atlet yang menggunakannya untuk berinteraksi dengan pengikut mereka. Sejak Agustus 2011, saat foto ke-150 juta dikirimkan, Instagram berkembang pesat. Instagram menduduki 10 juta pengguna sekitar sebulan kemudian.

Universitas Islam Sultan Agung mulai mengenal dan memanfaatkan media sosial instagram sebagai media komunikasi dan informasi untuk mahasiswa dimulai pada tanggal 7 Oktober 2014 yang dikenal dengan sebutan @yourunissula. Postingan pertama yang di unggal pada waktu itu bukan membahas persoalan tahapan penerimaan mahasiswa baru melainkan mengenai informasi Wisuda ke-68 yang akan di laksanakan pada tanggal 17-18 Oktober 2014. Desain dari postingan @yourunissula sendiri memakai tema warna hijau yang artinya kesuburan dan kedamaian dan keterangan yang singkat namun jelas untuk dimengerti.



**GAMBAR 2. 4 POSTINGAN PERTAMA KALI YANG DI POSTING OLEH @YOURUNISSULA**

Instagram @yourunissula sendiri mulai memanfaatkan instagram untuk memberikan informasi kepada calon mahasiswa baru dimulai pada tanggal 28 Februari 2015 dengan hastag PMB yaitu penerimaan mahasiswa baru Unissula 2015.



**GAMBAR 2. 5** POSTINGAN INFORMASI CALON MAHASISWA BARU PERTAMA KALI DI

**@YOURUNISSULA**

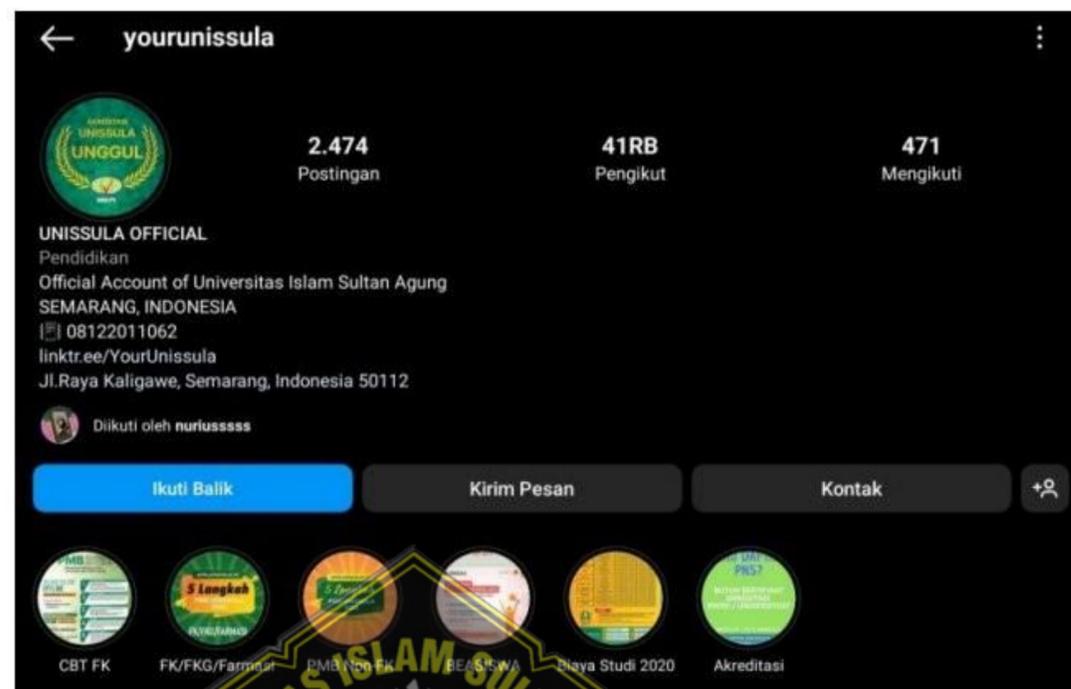
#### **2.4 Fitur- fitur pada Instagram @yourunissula**

Instagram sebagai salah satu media sosial paling populer saat ini tentunya memiliki fitur yang menarik dalam penggunaannya. Berikut beberapa fitur pada Instagram:

##### **1. Pengikut (*followers*)**

Jumlah pengikut yang dimiliki akun Instagram adalah indikator yang baik tentang seberapa populer pengguna Instagram, oleh karena itu semakin banyak pengikut yang dimiliki akun Instagram, semakin populer pengguna Instagram. Selain itu, karena suka Instagram ditentukan oleh jumlah pengikut, pengikut adalah komponen penting. Kami dapat menautkan akun Instagram ke akun media sosial lainnya, termasuk

Facebook dan Twitter, untuk mencari teman di Instagram. Jumlah *followers* instagram @yourunissula sendiri sudah mencapai 41 Ribu pada tanggal 17 November 2022.



GAMBAR 2. 6 JUMLAH FOLLOWERS @YOURUNISSULA

## 2. Gambar (*photo*)

Instagram terutama digunakan sebagai platform pengunggahan gambar dan berbagi gambar di antara pengguna. Galeri album foto ponsel cerdas pengguna dapat dijelajahi untuk mengirim gambar, atau dapat diambil langsung menggunakan kemampuan kamera Instagram. Jumlah gambar yang dapat diunggah di Instagram tidak terbatas. Foto Instagram menawarkan tiga ukuran gambar: rasio 1:1 (1080 x 1080 piksel), 1.91:1

(1080 x 608 piksel), 4:5 (1080 x 1350 piksel), atau gambar seukuran kotak saja.



**GAMBAR 2. 7 UKURAN POSTINGAN FOTO DI INSTAGRAM**

### 3. Judul Gambar (*caption*)

Setelah memilih gambar yang akan diunggah, maka selanjutnya gambar tersebut akan disunting dan dibawa ke halaman selanjutnya yaitu fitur memasukkan judul gambar (*caption*). Fitur *caption* dapat diisi sesuai dengan apa yang ingin kita sampaikan ke pengikut kita. *Caption* yang dituliskan dapat juga menyinggung pengguna *instagram* lain dengan mencantumkan nama akun dari pengguna lainnya. Selain itu pengguna juga dapat memberikan label pada gambar, yaitu:

#### a. Arroba

*Instagram* berisi kemampuan yang dapat digunakan untuk mengganggu pengguna *Instagram* lainnya dengan menambahkan tanda @ dan nama orang yang menyinggung, sama seperti platform media sosial lainnya seperti *Twitter* dan *Facebook*.

b. Hashtag

Pengguna Instagram dapat menambahkan tagar ke foto yang mereka rencanakan untuk dikirim dengan meletakkan frasa atau kata tanpa spasi setelah simbol tagar (#). Dengan mengklasifikasikan foto secara otomatis ke dalam grup atau kategori tertentu, fitur ini mempermudah pengguna lain untuk menemukan kategori yang relevan.

c. Tanda Suka (like)

Instagram juga memiliki fitur tanda suka seperti media sosial facebook. Akan tetapi, simbol tanda suka (like) pada instagram dilambangkan dengan dengan betuk hati (love) warna merah ikon "cinta" Instagram menunjukkan bahwa pengguna lain menikmati gambar yang dikirimkan pengguna. Plus, tanda cinta berfungsi sebagai metrik popularitas pengguna Instagram.berwarna merah. Simbol *love* pada instagram berfungsi sebagai penanda bahwa pengguna lain menyukai foto yang telah diunggah. Selain itu, simbol *love* menjadi salah satu tolak ukur kepopuleran pengguna instagram.

d. DM atau Direct Massage

Adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengobrol secara pribadi dengan pengguna Instagram lainnya. Agar penggunanya dapat berkomunikasi dengan sejumlah besar individu sekaligus, fungsi ini juga memungkinkan untuk pembuatan grup.

e. Instastory

Merupakan istilah ini menunjukkan cerita Instagram. Instagram memiliki alat bernama Instastory yang memungkinkan pengguna memposting foto atau video yang akan dihapus secara otomatis setelah 24 jam. Ada berbagai macam efek dalam fitur Instastory yang dapat menghibur konsumen.

f. Efek foto

Pengguna Instagram dapat menambahkan efek ke gambar dan video mereka sebelum mempostingnya. Aplikasi Instagram sudah memiliki efek yang digunakan. Setelah itu, masukkan judul untuk memberi gambar nama deskriptif yang menarik bagi pengguna.

Instagram sangat berkomitmen untuk mewujudkan visinya menjadi platform komunikasi berbasis gambar. Pengguna dapat sepenuhnya memanfaatkan fitur kamera pada perangkat mereka dengan menggunakan aplikasi ini. Satu-satunya langkah yang diperlukan pengguna adalah mengambil foto, terhubung dengan aplikasi ini, memodifikasinya sesuai kebutuhan, dan mengunggahnya ke server Instagram. Foto yang telah dibagikan akan otomatis di share kepada followers sekaligus server pusat. Setiap orang dapat "berkomunikasi" dengan foto. Ini adalah bentuk komunikasi yang baru dimana komunikasi tidak lagi berupa verbal tapi juga dalam bentuk gambar. Komunikasi di era cyber merupakan komunikasi yang berdasar pada pemaknaan interpretative orang-orang terhadap simbol-simbol yang berkeliaran didalamnya.

## 2.5 Kebutuhan Informasi

Jika Anda adalah calon siswa, Anda mutlak harus memiliki informasi tentang persyaratan pendaftaran dan informasi pada waktu yang disediakan oleh institusi. Kebutuhan akan informasi muncul akibat adanya knowledge gap di jurnal (Tjiptasari & Ridwan, 2017). (Siregar, 2022). Kondisi seseorang yang merasa tidak mampu dan berusaha untuk menebusnya digambarkan seperti itu. Misalnya, ketika memerlukan jawaban atas permasalahan, pencarian fakta, pemecahan masalah atau bahkan pengambilan keputusan yang membutuhkan dukungan informasi sebagai dasar upaya pemenuhan menggolongkan kebutuhan yang diambil dari literatur tentang fungsi-fungsi sosial dan psikologis media massa ke dalam lima kategori, antara lain:

1. Kebutuhan akan informasi, pemahaman, dan pengetahuan, atau kebutuhan kognitif.
2. Persyaratan terkait pengalaman yang emosional, estetis, dan menyenangkan termasuk dalam kebutuhan afektif.
3. Kebutuhan akan integrasi pribadi, seperti dorongan untuk meningkatkan ketahanan, stabilitas, dan harga diri.
4. Kebutuhan untuk meningkatkan ikatan dengan keluarga, teman, dan lingkungan sosial lainnya dikenal dengan kebutuhan integrasi sosial.
5. Kebutuhan untuk menahan tekanan, yaitu kebutuhan untuk lari dari dan memanfaatkan isu-isu tertentu.

Dalam penelitian ini, akan terfokus pada kebutuhan kognitif yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai informasi penerimaan mahasiswa baru di Unissula.

yourunissula  
Universitas Islam Sultan Agung

WORLD CLASS ISLAMIC UNIVERSITY  
**UNISSULA**  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

Kampus Merdeka  
Bismillah membangun  
Generasi Khaira Ummah

**PMB 2022**  
Penerimaan Mahasiswa Baru  
Universitas Islam Sultan Agung

PRODI PENDIDIKAN KEDOKTERAN  
SELEKSI TES CBT

**1. Isi Formulir Online**  
Duka [pmb.unissula.ac.id](http://pmb.unissula.ac.id) => pilih portal reguler =>  
isi formulir dan pilih Prodi Pendidikan Kedokteran => klik simpan  
Simpan Username dan Password dengan baik.  
Klik Bukti Pendaftaran dan cetak melalui tombol di pojok kanan atas.

**2. Biaya Pendaftaran**  
Membayar biaya pendaftaran Rp. 1.000.000,- (satu juta rupiah),  
pembayaran melalui Bank Jatiwangi Syariah, DSI dan ATM Bersama.  
Pembuan pembayaran bisa dilihat di form yang sudah dicetak.

**3. Verifikasi Berkas**  
Pembekasan dengan membawa dokumen asli/copy legible  
di Sekretariat PMB Gd. HM Sultan Agung (Biro Rektor) Kampus Unissula  
dan tidak bisa diwakilkan. Penyelesaian akan per dan  
cetak kartu tes berdasarkan nomor pendaftaran.

**4. CBT (Computer Based Test)**  
Tes CBT dilaksanakan di Ruang CBT FK Gd. B Rumpun Unissula  
Jl. Sekeloa Kidul Km. 4 Semarang selatan 50132 Semarang  
Jl. Sekeloa Kidul Km. 4 Semarang selatan 50132 Semarang

**5. Ketidakhadiran**  
Ketidakhadiran lebih dari 10 menit pada saat pelaksanaan  
tes dianggap sebagai ketidakhadiran. Peserta yang ketidakhadiran  
tidak dapat mengikuti tes ulang.

29 Agustus 2022 | 30 Agustus 2022

0812 2011 002 | 0812 8055 500  
LAWAN PEMERIKSAAN  
09.00 - 11.00 WIB

[pmb.unissula.ac.id](http://pmb.unissula.ac.id)

UNISSULA  
Bismillah membangun Generasi Khaira Ummah

GAMBAR 2. 8 KONTEN INSTAGRAM @YOURUNISSULA MENGENAI PMB 2022

### BAB III

#### TEMUAN PENELITIAN

Temuan penelitian pada bab ini, peneliti akan memaparkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dengan memahami informasi yang sudah didapatkan dari beberapa narasumber pengikut media sosial *instagram* @yourunissula. Pemaparan hasil penelitian ini menggunakan cara deskriptif kualitatif berdasarkan observasi, wawancara dan dokumentasi yang telah peneliti lakukan terhadap tiga informan yaitu tiga dari calon mahasiswa Unissula angkatan 2022. Penelitian ini dilakukan berdasarkan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui peran media sosial *instagram* sebagai media komunikasi dan informasi calon mahasiswa. Dalam bab ini peneliti akan memaparkan data-data hasil penelitian yang telah berhasil dikumpulkan oleh peneliti melalui jawaban informan mengenai konten media sosial *instagram* @yourunissula.

Data yang disajikan berupa data primer hasil penelitian beserta hasil analisis terhadap data tersebut. Data primer merupakan data yang didapat oleh peneliti di lapangan melalui metode wawancara mendalam dengan bantuan interview guide kepada narasumber. Pertanyaan-pertanyaan yang disampaikan dalam wawancara ialah mengenai bagaimana persepsi mahasiswa terhadap konten *instagram* @yourunissula sebagai media komunikasi dan informasi calon mahasiswa. penelitian ini lebih objektif dan akurat, peneliti mencari informasi-informasi tambahan dengan melakukan wawancara mendalam dengan informan untuk mengetahui bagaimana persepsi konten *instagram* @yourunissula sebagai media komunikasi dan informasi calon mahasiswa.

Hasil penelitian dari wawancara tersebut diuraikan dalam bentuk jawaban yang merupakan hasil dari wawancara. Informan yang diwawancarai dalam penelitian merupakan narasumber yang terfokus pada mahasiswa angkatan 2022 yang dikaitkan sesuai dengan beberapa unsur atau identifikasi masalah. Informasi yang disajikan berupa data primer yang kemudian disajikan dalam bentuk penjelasan.

Wawancara dilakukan pada tanggal 22 November 2022. Wawancara ini dilakukan di Kampus Unissula Semarang.

Untuk tahap analisis, yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat daftar pertanyaan untuk wawancara, mengumpulkan data, dan analisis data yang dilakukan oleh peneliti sendiri.

### 3.1 Identitas Informan

Dalam penelitian ini, informan adalah orang yang secara konsisten melanggar syarat kepercayaan untuk memberikan informasi tentang masalah penelitian. Informasi yang diperoleh dari informan berupa data bentuk panjang yang diperoleh dari hasil wawancara yang berkaitan dengan masalah yang akan disajikan sebagai justifikasi. Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan wawancara mendalam kepada tiga orang yaitu, tiga mahasiswa Unissula angkatan 2022. Informan tersebut adalah sebagai berikut:

- |                  |                       |
|------------------|-----------------------|
| 1. Nama          | : Intan Sulityawati   |
| Instansi/profesi | : Mahasiswa Akuntansi |
| Asal Daerah      | : Blora Jawa Tengah   |
| Umur             | : 18 Tahun            |

- Tanggal wawancara : 22 November 2022
- Tempat wawancara : Kampus Unissula
2. Nama : Vira Lita Listiana
- Instansi/profesi : Mahasiswa FKG
- Asal Daerah : Blora Jawa Tengah
- Umur : 19 Tahun
- Tanggal wawancara : 22 November 2022
- Tempat wawancara : Kampus Unissula
3. Nama : Alexander Vito Dharma Putra
- Instansi/profesi : Mahasiswa Ilmu Komunikasi
- Asal Daerah : Semarang
- Umur : 19 Tahun
- Tanggal wawancara : 22 November 2022
- Tempat wawancara : Kampus Unissula



### 3.2 Deskripsi Hasil Kegiatan

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber atau informan, maka Peneliti dapat menganalisis persepsi mahasiswa terhadap konten *instagram* @yourunissula (media sosial instagram sebagai media komunikasi dan informasi calon mahasiswa angkatan 2022) (studi deskriptif) yang meliputi:

#### 3.2.1 Konten *instagram* @yourunissula sebagai media komunikasi dan informasi

Dalam artikel jurnal berjudul “Maksimalkan Penggunaan Media Sosial di Instansi Pemerintah”, Widiastuti, R.N. (2018) menyebutkan Instagram sebagai

salah satu platform media sosial Facebook yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi materi baik berupa video maupun foto. Pengguna Instagram memiliki lebih sedikit akses ke fitur saat menggunakan komputer daripada pengguna media sosial lainnya. Aplikasi Instagram untuk smartpone adalah satu-satunya tempat di mana pengguna dapat mengirimkan konten dan bertukar pesan. Konten *instagram* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah konten yang mampu memberikan jawaban atas pertanyaan oleh calon mahasiswa baru sebagai solusi untuk mendapatkan informasi penerimaan mahasiswa baru.

NO.	Pertanyaan	Informan 1	Informan II	Informan III
1.	Apa yang anda ketahui tentang Instaram @yourunissula?	<p>“Yang aku ketahui tentang Instagram @yourunissula itu ada banyak post konten tentang prestasi yang diraih oleh Unissula dan informasi tentang berita Unissula yang terkini serta program yang</p>	<p>“Yang saya ketahui tentang instrumen @yourunissula yaitu pusat informasi di Unissula yang di kemas atau di sampaikan dalam Instagram tersebut”</p>	<p>“Media sosial informasi yang di sajikan Unissula untuk menginformasikan suatu kepentingan kepentingan yang ada di unissula, seperti informasi PMB dll”</p>

		<p><i>dijalankan</i></p> <p><i>Unissula dan</i></p> <p><i>keunggulan</i></p> <p><i>dari Unissula</i></p> <p><i>sendiri dan</i></p> <p><i>informasi</i></p> <p><i>tentang</i></p> <p><i>bagaimana</i></p> <p><i>cara mendaftar</i></p> <p><i>di Unissula”</i></p>		
--	--	--	--	--

TABEL 3. 1 PERTANYAAN KONTEN INSTAGRAM @YOURUNISSULA SEBAGAI MEDIA

KOMUNIKASI DAN INFORMASI

Dari uraian mengenai *instagram @yourunissula* maka dapat dikatakan bahwa *instagram @yourunissula* merupakan media sosial *instagram* yang berfokus memberikan informasi mengenai apa itu Unissula, program apa saja yang ada disana, keunggulan Unissula dan tentunya penerimaan mahasiswa baru yang setiap taunnya ada dan di bagi dalam tahapan PSB, PMB, dan jalur prestasi, tidak hanya itu terdapat informasi mengenai prestasi mahasiswa Unissula, prestasi akademik maupun non akademik.

NO	Pertanyaan	Informan I	Informan II	Informan III
2.	Berapa kali anda mengunjungi	“Ketika Buka <i>Instagram</i> pasti buka profil	“ <i>Saya sering mengunjungi Instagram</i>	“ <i>Sering ketika mencari informasi seputar unisula</i>

profil <i>instagram</i>	yourunissula	@yourunissula	<i>dlu, kegiatan</i>
@yourunissula	dan mencari tau	, <i>dan saya</i>	<i>kegiatan terus</i>
dan kegiatan apa	berita terbaru	<i>mengunjungi</i>	<i>ketika mencari</i>
yang anda	tentang	<i>disaat ada</i>	<i>jurusan dlu, agak</i>
lakukan saat	Unissula”	<i>informasi</i>	<i>sering lah”</i>
mengunjungi		<i>terbaru yg di</i>	
profil <i>instagram</i>		<i>upload di feed</i>	
@yourunissula?		<i>atau story'</i>	
		<i>Instagram</i>	
		<i>@yourunissula”</i>	

**TABEL 3. 2 PERTANYAAN MENGENAI BERAPA SERING CALON MAHASISWA MENGUNJINGI PROFIL @YOURUNISSULA**

Dalam uraian di atas dapat diketahui seberapa sering calon mahasiswa angkatan 2022 Unissula dalam mengunjungi *instagram* @yourunissula atau profil *instagram* @yourunissula dan maksud berkunjung ke profil @yourunissula. Sebagai calon mahasiswa pasti sangat membutuhkan yang namanya informasi mengenai penerimaan mahasiswa baru dari informan yang memberikan pernyataan dari hasil wawancara.

Dapat di simpulkan bahwa calon mahasiswa mengunjungi profil *instagram* @yourunissula untuk mendapatkan informasi terbaru yang sudah di posting di story lalu mencari lebih jelas ke postingan yang lain yang ada di *instagram* @yourunissula. Calon mahasiswa baru juga mengatakan bahwa saat proses menjadi mahasiswa mereka sering mengunjungi profil *instagram*

@yourunissula untuk mencari informasi terbaru sesuai dengan apa yang calon mahasiswa butuhkan.

No.	Pertanyaan	Informan I	Informan II	Informan III
3.	Kenapa anda lebih memilih mencari informasi ke <i>instagram</i> @yourunissula dari pada langsung bertanya kepada panitia PMB?	“ <i>Karena diinstagram yourunissula responsifnya lumayan cepat dan responnya pun jelas dan detail</i> ”	“ <i>Karena biasanya media sosial perguruan tinggi akan memberikan informasi yang benar sehingga kalau sudah di post berarti informasinya valid</i> ”	“ <i>Karena saya lebih praktisnya ke akun Instagram karena ga perlu buang waktu ke panitia PMB, adapun pernah saya alami ketika kurang informasi saya datang ke panitia PMB</i> ”

TABEL 3. 3 ALASAN CALON MAHASISWA Mencari Informasi di Instagram @YOURUNISSULA

Dari tiga informan mahasiswa baru angkatan 2022, mereka lebih memilih mencari informasi penerimaan mahasiswa baru melalui media sosial *instagram* @yourunissula karena mereka saat mencari informasi melalui *instagram* akan lebih praktis, tidak perlu membuang waktu untuk datang ke kampus, tak hanya itu informan juga mengatakan bahwa *instagram* @yourunissula responsifnya lumayan cepat dan responnya jelas dan detail.

Calon mahasiswa baru sangat terbantu dengan adanya media sosial *instagram*, menurut mereka konten yang ada di *instagram* @yourunissula atau perguruan tinggi biasanya akan memberikan informasi yang benar sehingga saat konten sudah di posting dalam media sosial perguruan tinggi sudah melewati proses penyaringan dari setiap kepala yang mengurus penerimaan mahasiswa baru sehingga sudah jelas kebenarannya. Pada saat calon mahasiswa baru dalam mencari sebuah informasi dalam media sosial *instagram* @yourunissula tidak terjawab atau kurang memuaskan calon mahasiswa biasanya baru menanyakan kepada panitia PMB.

No.	Pertanyaan	Informan I	Informan II	Informan III
4.	Menurut anda, bagaimana konten <i>instagram</i> @yourunissula memberikan suatu informasi?	<p>“Lewat post foto atau video atau terkadang live podcast dan menurut ku malah bagus karena tidak membosankan”</p>	<p>Konten di <i>Instagram</i> @yourunissula sudah cukup bagus dalam memberikan informasi kepada khalayak”</p>	<p>“Cukup baik karena banyak yang di aplikasi disitu, namun informasi dari akun tersebut ada yang masih kurang jelas informasi nya dalam konten penerimaan mahasiswa baru”</p>

**TABEL 3. 4 PERTANYAAN KONTEN INSTAGRAM @YOURUNISSULA SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN INFORMASI**

Dari hasil wawancara konten *instagram* @yourunissula, dalam memberikan sebuah informasi kepada pengikut atau calon mahasiswa baru sudah cukup bagus, memberikan konten yang tidak hanya itu-itu saja melainkan memanfaatkan fitur yang ada di media sosial *instagram* seperti, foto, vidio, story dan fitur live seperti program acara podcast @yourunissula.

Podcast sendiri dapat didengarkan sambil melakukan beragam aktivitas. Karakteristik mahasiswa maupun calon mahasiswa di era modern ini cenderung menyukai hal-hal yang instan dan fleksibel. Padatnya aktivitas membuat mereka seakan tidak memiliki banyak waktu untuk mengonsumsi media. Hadirnya podcast yang bersifat *on-demand* merupakan sebuah alternatif agar pengikut dapat tetap menikmati konten bahkan saat sedang menjalani aktivitas.

Dalam uraian dari hasil wawancara mengenai konten media sosial *instagram* @yourunissula, informan juga mengeluhkan bahwa informasi yang disampaikan di media sosial *instagram* @yourunissula ada yang kurang jelas mengenai informasi penerimaan mahasiswa baru.

No.	Pertanyaan	Informan I	Informan II	Informan III
5.	Menurut anda, bagaimana respon admin dalam menanggapi suatu	"Lumayan cepat untuk responnya aku suka dan kita di kasih arahan jelas	"Admin di Instagram @yourunissula kurang fast respon, dan kurang respect	"Sangat baik ramah, dan di jawab dengan baik, karena dlu saat saya bertanya

komentar atau pesan?	oleh adminnya”	Dalam menanggapi komentar” yg ada di Instagram”	mengapa jawaban yang memuaskan”
----------------------	----------------	---	---------------------------------

**TABEL 3. 5 PERTANYAAN KEPUASAN KONTEN INSTAGRAM @YOURUNISSULA**

Media sosial *instagram* sangat kental dengan algoritma yang ada di *instagram*, seberapa sering akun menjangkau pengikut maupun yang diikuti dalam *instagram*, seperti halnya bagaimana respon admin menanggapi sebuah komentar atau pesan yang ada di *instagram* @yourunissula. Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa respon admin dalam menanggapi komentar dan pesan sangat berbeda, admin media sosial *instagram* @yourunissula dalam menanggapi pesan yang masuk dari hasil wawancara dapat disimpulkan memiliki respon yang cepat dan jelas dalam memberikan jawaban atas pertanyaan maupun dalam memberikan arahan selanjutnya, namun tidak untuk respon yang ada di komentar media sosial *instagram* @yourunissula, karna hampir semua komentar yang ada di komentar postingan tidak ada jawaban oleh admin media sosial *instagram* @yourunissula.

No.	Pertanyaan	Informan I	Informan II	Informan III
6.	Bagaimana dengan konten penerimaan mahasiswa baru, apakah sesuai	“Sesuai karena informasinya sangat bermanfaat sekali buat kita mahasiswa baru	“Konten PMB sudah baik, dan cukup bagus dalam penyampaian	“Belom karena kurangnya informasi, dahulu saya agak kebingungan

	<p>dengan yang anda inginkan?</p>	<p>yang akan mendaftar di kampus Unissula ini karena kita bisa mempersiapkan semua ketika nantinya saya mahasiswa baru ingin masuk di kampus Unissula”</p>	<p>informasi terkait PMB”</p>	<p>tentang jalur undangan unissula dan jalur pendaftaran biasa. Karena dlu ada pesan masuk tentang panggilan masuk unisula dan ada jalur pendaftaran, menurutku cuma sebatas Miss communication saja antara pihak PMB yang memalukan jalur undangan di wa dan postingan di ig”</p>
--	-----------------------------------	--	-------------------------------	--

**TABEL 3. 6 PERTANYAAN PENDAPAT MENGENAI MEDIA INFORMASI @YOURUNISSULA**

Hasil dari wawancara dilapangan mengenai konten *instagram* penerimaan mahasiswa baru dapat dikatan sudah baik sesuai dengan informasi yang calon

mahasiswa butuhkan namun, calon mahasiswa baru masih menerima informasi yang tidak sesuai informasi yang ada dalam postingan *instagram* dan WA hotline yang memberikan pesan masuk terhadap calon mahasiswa baru seperti informasi jalur undangan dan jalur prestasi, informasi yang masuk kepada calon mahasiswa baru tidak sesuai sehingga membuat calon mahasiswa baru kebingungan.

No.	Pertanyaan	Informan I	Informan II	Informan III
7.	Bagaimana dengan fitur yang ada di <i>instagram</i> , apakah @yourunissula sudah memanfaatkan secara baik mengenai penerimaan mahasiswa baru?	<p>“Menurut aku baik karena di <i>yourunissula</i> juga menyebar lewat informasi selain menggunakan postingan foto namun juga menyebar informasi lewat fitur <i>story</i> maupun fitur <i>live Instagram</i>”</p>	<p>Konten PMB sudah baik, dan cukup bagus dalam penyampaian informasi terkait PMB”</p>	<p>“Kalo semua fitur di <i>ig</i> cuma yang bisa di gunakan hanya pesan <i>Instagram</i> kan, berarti bisa jadi dapat memberikan informasi namun saran di berikan link untuk informasi melalui <i>wa</i> atau media sosial lainnya semisal jika di pesan <i>ig</i></p>

				<i>tidak dapat fast respon</i>
--	--	--	--	--------------------------------

**TABEL 3.7 PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM**

Dari hasil uraian di atas media sosial *instagram* @yourunissula sudah memanfaatkan fitur yang ada di *instagram*, hanya saja calon mahasiswa baru masih mengeluhkan dengan respon yang kurang baik oleh admin media *instagram* @yourunisula, calon mahasiswa baru menginginkan adanya link langsung yang menuju ke hotline saat media sosial *instagram* @yourunissula tidak cepat tanggap.

*Instagram* sendiri rutin menambahkan sejumlah fitur baru tiap tahunnya, salah satu contoh fitur baru *instagram* adalah pembuatan karakter animasi 3D atau Avatar, pengguna *instagram* bisa membuat karakter animasi 3D yang merepresentasikan dirinya dengan berbagai macam pilhan desain. Selain itu fitur *instagram* juga ada pin foto atau video di feed *instagram* sehingga saat *instagram* @yourunissula memberikan informasi penting, postingan atau feed tersebut bisa menggunakan fitur pin yang membuat informasi tersebut selalu ada di postingan pertama. Tak hanya pin dan avatar, *instagram* masih memiliki banyak fitur lainnya yang mempermudah pengguna untuk memanfaatkan media sosial *instagram*, seperti penambahan musik dalam setiap foto, video maupun story.

No.	Pertanyaan	Informan I	Informan II	Informan III
8.	Apakah konten instagran @yaourunissula	“Iya, Alasannya karena	“Sudah cukup baik dan sangat bermanfaat”	“Alhamdulillah ada yang seperti yang saya cari

	<p>sesuai dengan kebutuhan informasi yang anda cari?</p>	<p><i>Instagram yourunissula ini terdapat banyak konten mulai dari prestasi mahasiswa maupun prestasi dosen dan kemunggulan dari Unissula ini sendiri dan akreditasi Unissula yang unggul dan juga terdapat konten program baru yang sedang dijalankan Unissula yaitu pesantren</i></p>	<p><i>dan ada yang tidak ya 11:12 lah dapet infonya ada yang dari ig ada dari panitia”</i></p>
--	--	---	--

	<p><i>mahasiswa baru</i></p> <p><i>Jadi para calon ini nanti sudah mengetahui sebelumnya kalau Unissula ini sudah tidak diragukan lagi akreditasinya dan program Islam yang dijalankan sangat bagus sekali manfaatnya</i></p> <p><i>Jadi kita tidak hanya mengejar ilmu dunia namun ilmu akhirat juga”</i></p>		
--	--	--	--

**TABEL 3. 8 INSTAGRAM @YOURUNISSULA SEBAGAI MEDIA INFORMASI YANG DI BUTUHKANN**

Hasil wawancara dilapangan dengan informan mahasiswa baru angkatan 2022 media sosial *instagram* @yourunissula merupakan tempat mencari

informasi yang mudah sesuai informasi yang calon mahasiswa butuhkan. Kebanyakan calon mahasiswa mencari informasi mengenai Akreditasi Universitas, prodi apa saja yang ada di Unissula, prestasi apa saja yang ada di Unissula, informasi penerimaan mahasiswa baru, informasi beasiswa yang ada, media sosial *instagram* @yourunissulan sangat memudahkan calon mahasiswa baru sehingga informasi yang mereka dapatkan tidak hampir beda dengan panitia penerimaan mahasiswa baru.

No.	Pertanyaan	Informan I	Informan II	Informan III
9.	Bagaimana dengan konten <i>instagram</i> yang anda cari namun sudah tertimbun dengan konten yang lain, apakah harus ada pengulangan posting ulang dengan dikemas lebih menarik lagi?	<p>“Iya mungkin harus ada pengulangan konten konten yang terdahulu yang mungkin berguna untuk kita sebagai mahasiswa baru Karena tidak semuanya kita kira informasinya itu ada ternyata</p>	<p>“Sudah memenuhi kebutuhan informasi yg saya cari</p>	<p>“Seperti nya tidak namun lebih baiknya jika konten <i>Instagram</i> tersebut di jadikan satu seperti informasi seputar PMB bersama posting pmb, seputar fakultas ya sama sefakultas intinya di</p>

		<i>kita mengiranya ada pas kita cari tidak ada Namun sebenarnya ada tetapi konten tersebut tertimbun</i>		<i>jadikan satu per postingan (kata semisal 3 postingan Langsung namun sama sama postingan yang sama mengenai pmb) ”</i>
--	--	--	--	--

**TABEL 3. 9 PENDAPAT DENGAN ADANYA KONTEN YANG TERTIMBUN**

Dari hasil data dilapangan calon mahasiswa baru sangat terbantu jika ada pengulangan konten yang sudah di posting mengenai penerimaan mahasiswa baru di posting ulang dengan desain yang lebih menarik lagi, sehingga calon mahasiswa baru lebih tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai syarat masuk menjadi mahasiswa baru Unissula. Selain itu calon mahasiswa juga menginginkan konten mengenai fakultas yang ada di Unissula sehingga saat calon mahasiswa baru mendapatkan atau mencari informasi mengenai penerimaan mahasiswa baru tidak setengah-tengah.

<b>No.</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>Infroman I</b>	<b>Informan II</b>	<b>Infroman III</b>
10.	Apakah story <i>instagram</i> penting untuk mengulang	“ <i>Mungkin perlu</i> ”	“ <i>Penting ,tetapi informasi” yg penting aja misal</i>	“ <i>Penting untuk menunjukkan postingan tertimbun,</i>

sebuah konten yang ada di feed <i>instagram</i> ?		<i>informasi PMB dsb</i> ”	<i>karena postingan tersebut bisa menjadi informasi lebih lanjut</i> ”
---	--	----------------------------	--

**TABEL 3. 10 PENTINGANNYA STORY INSTAGRAM**

Dari hasil wawancara di lapangan story dari feed atau postingan terbaru mengenai penerimaan mahasiswa baru sangat penting, story lebih mudah di dilihat tanpa harus mencari akun *instagram* @yourunissula sehingga saat kita mengikuti akun *instagram* @yourunissula saat membuka halaman *instagram* akan langsung muncul di beranda *instagram*. Fitur story *instagram* sendiri bisa di aktifkan notifikasi sehingga pengikut tidak akan ketinggalan informasi yang di berikan akun *instagram* @yourunissula.

No.	Pertanyaan	Informan I	Informan II	Informan III
11.	Seberapa pengaruhnya sorotan yang ada di <i>instagram</i> @yourunissula untuk media informasi?	“ <i>sangat penting menurut ku, karna tidak perlu mencari di feed instagram, sehingga apa yang kita cari</i> ”	“ <i>Sangat penting sii, sangat memudahkan</i> ”	“ <i>Sangat berpengaruh untuk membedakan postingan-postingan yang berbeda semisal ada</i> ”

		<i>bisa langsung ketemu asalkan judul sorotannya jelas mengenai informasi apa”</i>		<i>dua sorotan mengenai informasi PMB dan satunya informasi fakultas atau yang lainnya”</i>
--	--	--	--	---

**TABEL 3. 11 MANFAATN SOROTAN DI INSTAGRAM**

Dari uraian diatas, sorotan yang ada di media sosial *instagram* merupakan bagian baru dari profil yang akan muncul di bio *instagram*, fungsi dari sorotan sendiri untuk mengarsipkan story yang sudah di posting tidak hanya dalam waktu 24 jam namun bisa sampai waktu yang tidak ditentukan selama story tersebut masih di pin di bio story tersebut tetap akan masih ada, tak hanya waktu yang lebih lama sorotan yang ada di bio *instagram* bisa di tambahkan dengan judul sorotan dan sampul yang akan mempermudah memisahkan informasi satu dengan yang lainnya. Hasil wawancara dilapangan dengan informan dapat disimpulkan bahwa sorotan mengenai penerimaan mahasiswa baru sangat membantu calon mahasiswa dalam mencari informasi yang mereka butuhkan.

<b>No.</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>Infroman I</b>	<b>Informan II</b>	<b>Infroman III</b>
12.	Menurut anda, hal apakah yang menarik di postingan	<i>“Menurut aku menarik semua karena dengan adanya post</i>	<i>“lebih ke informasi mengenai kemahasiswaan”</i>	<i>“Postingan mengenai perkembangan-perkembangan</i>

	<p><i>instagram</i></p> <p><i>@yourunissula?</i></p>	<p><i>konten di</i></p> <p><i>Instagram kita</i></p> <p><i>bisa tau</i></p> <p><i>segalanya</i></p> <p><i>tentang</i></p> <p><i>Unissula tanpa</i></p> <p><i>harus bertanya</i></p> <p><i>Karena kita</i></p> <p><i>bisa mencari</i></p> <p><i>informasi</i></p> <p><i>sendiri melalui</i></p> <p><i>Instagram</i></p> <p><i>yourunissula</i></p>		<p><i>Unissula</i></p> <p><i>dikarenakan</i></p> <p><i>postingan</i></p> <p><i>tersebut</i></p> <p><i>memberikan</i></p> <p><i>perspektif</i></p> <p><i>orang menjadi</i></p> <p><i>yang lebih baik</i></p> <p><i>kepada</i></p> <p><i>Unissula dan</i></p> <p><i>tentunya</i></p> <p><i>membuat orang</i></p> <p><i>ingin</i></p> <p><i>mendalami</i></p> <p><i>lebih lanjut</i></p> <p><i>tentang</i></p> <p><i>Unissula”</i></p>
--	--	---	--	---

**TABEL 3. 12 PENDAPAT KETERTARIKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @YOURUNISSULA**

Dalam sesi wawancara dilapangan peneliti mendapatkan hasil bahwa calon mahasiswa baru sangat menyukai konten prestasi, prestasi dari Unissula sendiri maupun prestasi dari mahasiswa, karna dengan adanya konten prestasi akan membuat calon mahasiswa baru yang sedang mencari kampus terbaik untuk masa depan mereka, calon mahasiswa baru akan berfikir kampus Unissula lah yang menjadi kampus pilihan mereka untuk masa depan.

No.	Pertanyaan	Infroman I	Informan II	Infroman III
13.	Apakah adanya <i>instagram</i> @yourunissula memberikan kemudahan untuk mencari informasi yang anda butuhkan?	“Tentu saja iya”	“sangat memudahkan sekali, lebih menghemat waktu juga”	“Kemungkinan bisa karena saya dulu juga mudah untuk mengetahui tentang informasi Unissula dan mencari informasi di platform tersebut”

TABEL 3. 13 MANEFAAT INSTAGRAM @YOURUNISSULA

Hasil wawancara kepada informan peneliti mendapatkan bahwa calon mahasiswa baru sangat terbantu dengan adanya media sosial *instagram*, kemudahan calon mahasiswa baru lebih menghemat waktu karena dengan adanya *instagram* mereka mampu mendapatkan informasi penerimaan mahasiswa baru dengan mudah dan cepat tanpa harus membuang waktu datang langsung ke Unissula.

No.	Pertanyaan	Informan I	Informan II	Informan III
14.	Berikan masukan anda, apa yang harus ditingkatkan di media sosial <i>instagram</i> @yourunissula untuk kedepannya?	<p><i>“Mungkin untuk segi pengeditan informasi lebih menarik lagi sehingga kita pembaca dari informasi tersebut tidak merasa bosan”</i></p> 	<p><i>“Mungkin bisa lebih menarik lagi dalam memberikan informasi agar lebih menarik”</i></p>	<p><i>“Masukkan saya adalah semoga <i>Instagram</i> yourunissula memberikan jalur informasi melalui beberapa platform seperti <i>wa telegram</i> yang disambungkan ke <i>Instagram</i> your Unissula agar para orang yang melihat atau yang ingin mengetahui lebih dalam bisa</i></p>

				menanyakan informasi tersebut melalui platform tersebut yang ada pada bio Instagram”
--	--	--	--	--

**TABEL 3. 14 MASUKAN RESPONDEN TERHADAP INSTAGRAM @YOURUNISSULA**

Dari tiga informan yang memberikan masukan dalam pengelolaan media sosial *instagram* @yourunissula, peneliti mendapatkan informasi bahwa calon mahasiswa sangat menginginkan adanya bio *instagram* @yourunissula memberikan link grup yang terhubung langsung ke grup *whatsapp*, maupun *Telegram* calon mahasiswa baru, sehingga calon mahasiswa baru akan mendapatkan informasi yang jelas dan sama rata. Saat media sosial *instagram* @yourunissula kurang memberikan informasi yang jelas, calon mahasiswa baru Unissula dapat menanyakan lebih lanjut kepada admin yang ada di grup tersebut tanpa ada pengulangan pertanyaan yang sama antara para calon mahasiswa baru sehingga akan lebih *efektif*.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada BAB IV ini, peneliti akan memaparkan hasil dari pengujian yang dilakukan oleh peneliti beserta hasil analisisnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang menghasilkan informasi deskriptif dari informan yang diamati dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan (Hadi, 2016). Peneliti telah menemukan banyak penemuan data yang sejalan dengan tujuan penelitian berdasarkan data yang telah dievaluasi. Peneliti menggunakan gagasan persyaratan informasi dalam penyelidikan ini. Teori ini diterapkan untuk menilai dan mendukung temuan data dari penyelidikan bab sebelumnya.

Penelitian ini akan membahas pemanfaatan media sosial *instgram* sebagai media komunikasi dan informasi calon mahasiswa angkatan 2022. Realitas yang terjadi merupakan sebuah teori kebutuhan informasi yang berubah menjadi nyata. Konten media sosial *instgram* yang dilakukan oleh akun @yourunissula dimaknai sedemikian rupa oleh para *followersnya* sehingga memunculkan persepsi yang berbeda-beda di kalangan calon mahasiswa baru. Cara penyampaian pesan melalui *tex (caption)*, visualisasi foto maupun video serta penyampaian informasi dan komunikasi sebagai Universitas swasta terbaik di Jawa Tengah akun tersebut memiliki banyak makna di kalangan masyarakat sehingga perlu dilakukan penelitian yang mendalam terkait bagaimana penyampaian informasi yang jelas kepada calon mahasiswa baru yang dibangun oleh akun @yourunissula tersebut di media sosial *instagram*.

Seiring dengan kecanggihan teknologi internet yang kini begitu mudah diakses oleh seluruh lapisan masyarakat, keberadaan media sosial Instagram saat ini semakin dibutuhkan. Karena berbagai kelebihan yang dimiliki Instagram bagi kampus, baik perguruan tinggi negeri maupun swasta telah menggunakannya sebagai sarana komunikasi dan berbagi informasi di kampusnya. Dalam penelitian ini peneliti ingin membahas dari beberapa hasil wawancara dengan informan pada bab 3 sebelumnya mengenai persepsi mahasiswa dalam pemanfaatan media sosial instagram @yourunissula sebagai media komunikasi dan informasi calon mahasiswa baru angkatan 2022.

## **2.6 Persepsi Mahasiswa Mengenai Media Sosial Instagram @yourunissula**

Setiap orang berusaha memperoleh pengetahuan setiap hari melalui berbagai media, baik disadari maupun tidak disadari. Informasi dibutuhkan karena semakin meningkatnya pertukaran dan pengungkahan informasi, yang dimungkinkan dengan munculnya internet dan berbagai fitur yang canggih dan terus diperbarui.

Menurut Sutabri (2005), informasi hanyalah data yang telah diolah menjadi bentuk yang dapat dipahami oleh penerima dan dianggap berharga untuk keputusan yang dibuat sekarang dan di masa depan. Kata "informasi" tidak boleh digunakan dalam percakapan sehari-hari. Data mentah, data terstruktur, kapasitas jalur komunikasi, dan hal-hal lain semuanya dapat dimasukkan ke dalam informasi. Jelas dari definisi ini bahwa data, istilah tertentu yang mengacu pada sumber generasi informasi, digunakan, dan pemrosesan data ini melayani tujuan memperoleh pengetahuan yang berkaitan dengan kebutuhan kita sebagai siswa

baru yang potensial.

Dari beberapa pertanyaan yang peneliti lakukan kepada tiga informan mengenai persepsi yang mereka ketahui mengenai sosial media instagram @yourunissula memiliki jawaban yang hampir sama, seperti yang telah disampaikan

*“Yang aku ketahui tentang Instagram yourunissula itu ada banyak post konten tentang prestasi yang diraih oleh Unissula dan informasi tentang berita Unissula yang terkini serta program yang dijalankan Unissula dan keunggulan dari Unissula sendiri dan informasi tentang bagaimana cara mendaftar di Unissula”*

Berdasarkan hasil analisis data wawancara yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa kebutuhan informasi yang dibutuhkan calon mahasiswa baru tidak hanya mengenai informasi pendaftaran saja, calon mahasiswa baru juga mencari prestasi yang ada di universitas sebagai tolak ukur keberhasilan tersebut layak atau tidaknya menjadi kampus pilihan, informasi mengenai program yang sedang ada di Unissula.

### **2.6.1 Intensitas Melihat Media Sosial Instagram @yourunissula**

Pada pertanyaan peneliti mengenai intensitas mereka melihat instaram @yourunissula adalah ketiga informan mengungkapkan sama yaitu dengan hanya melihatnya pada waktu-waktu tertentu saja. Hal ini dikarenakan bahwa mereka hanya melihat di waktu ada informasi baru dan pada saat sedang mencari informasi yang mereka butuhkan. Pada pertanyaan ini juga peneliti menanyakan seberapa sering informan dalam melihat maupun mengakses media sosial

instagram @yourunissula sebagai media komunikasi dan informasi calon mahasiswa baru yang mereka butuhkan diantaranya adalah untuk menanyakan mengenai penerimaan mahasiswa baru dan melihat informasi terbaru mengenai penerimaan mahasiswa baru.

Pada jawaban ini peneliti menarik jawaban dengan menghubungkan teori persepsi yang digunakan dengan adanya kepentingan saja yang membuat informan melihat atau mengakses media sosial instagram @yourunissula yaitu dengan beberapa prinsip persepsi sosial. Konsep-konsep tersebut menurut Riswandi (2009) meliputi persepsi evaluatif, persepsi berdasarkan pengalaman, kehati-hatian, dan kewaspadaan. Menarik persepsi salah adalah salah satu prinsip persepsi sosial yang menghubungkan informan dengan informasi tentang seberapa sering mereka menggunakan Instagram.

Dari persepsi yang bersifat selektif ini terdapat faktor internal yang mempengaruhi atensi yaitu faktor psikologis berupa (keinginan, harapan, motivasi, dan sebagainya). Dalam hal ini informan melihat hanya pada saat mencari informasi baru yang di unggah oleh akun @yourunissula dan saat sedang mengalali suatu ketidaktahuan dalam proses menjadi mahasiswa Unissula, karena mendapatkan informasi di media sosial instagram @yourunissula lebih cepat dan mudah di lakukan semua orang. Salah satu keinginan calon mahasiswa tersebut adalah mereka sengaja untuk membuka instagram @yourunissula karena adanya faktor keinginan dalam proses pencarian informasi pendaftaran yang akan diberitaukan akun resmi dari media sosial instagram @yourunissula sebagai syarat masuk menjaadi mahasiswa.

Unsur psikologis harapan berikutnya, dimana setiap calon mahasiswa berusaha untuk mendaftar di institusi pilihannya. Untuk mencapai hasil yang terbaik ketika memenuhi prasyarat sebagai calon mahasiswa sesuai dengan program studi yang diinginkan. Didalam faktor psikologis tersebut terdapat harapan yang mana telah dijadikan informan dalam melihat ataupun mengakses media sosial instagram @yourunissula salah satunya adalah untuk melihat syarat, dateline pendaftaran, informasi beasiswa, dan informasi prestasi mahasiswa. Dari faktor harapan tersebut, sehingga mendorong informan untuk membuka media sosial instagram @yourunissula tidak lain adalah untuk melihat informasi mengenai jalur prestasi, informasi tanggal kelulusan masuk Unissula. Terlepas dari apakah nanti akan diterima di Unissula atau tidak, disini peneliti tidak membahasnya karena yang ingin dicari tahu adalah hanya seberapa sering mereka melihat maupun mengakses instagram @yourunissula. Menurut (Patriana, 2014), unsur-unsur psikologis seperti kemauan, keinginan, motivasi, harapan, kemarahan, kesedihan, dan emosi lainnya merupakan aspek internal yang mempengaruhi pandangan seseorang. Persepsi seseorang terhadap suatu objek meningkat sebanding dengan elemen internalnya.

### **2.6.2 Tampilan Instagram @yourunissula**

Untuk membuat sebuah akun media sosial instagram @yourunissula, sebuah instansi maupun perusahaan tentu sangat mempertimbangkan mengenai poin penting dalam sebuah tampilan mulai dari visualisasi desainnya, tema warna yang digunakan, tulisan yang digunakan, maupun gambar tema yang dipilih sehingga dapat menarik penggunanya baik pihak internalnya sendiri,

maupun masyarakat luas terutama calon mahasiswa baru.



GAMBAR 4. 1 TAMPILAN INSTAGRAM @YOURUNISSULA

### 2.6.2.1 Konten dalam Instagram @yourunissula

Pada pembahasan mengenai jawaban informan mengenai konten yang terdapat dalam instagram @yourunissula. Pemilihan gambar, video, desain, dan visualisasi yang digunakan tidak dengan asal memilih sebuah konten. Hal tersebut untuk menunjang identitas maupun ciri dari instansi yang digambarkan oleh sebuah kampus tersebut. Tentunya akan ada nilai tambah lain untuk menggambarkan sebuah instansi atau kampus.

Dari semua informan, ketiganya sependapat jika gambar yang ditampilkan dalam konten instagram @yourunissula sudah cukup bagus. Seperti hasil dari wawancara informan mengatakan

*“Konten di Instagram @yourunissula sudah cukup bagus dalam memberikan informasi kepada khalayak”*



GAMBAR 4. 2 GAMBAR KONTEN PODCAST ARE YOU READY PEKAN TAARUF 2022

Pola perilaku manusia yang didasarkan pada seberapa baik orang memahami realitas sosial telah diselidiki. Persepsi orang tentang orang lain, benda, dan peristiwa, serta respons mereka terhadapnya, dipengaruhi oleh pertemuan mereka sebelumnya dengan orang lain, benda, dan peristiwa yang sebanding.

#### 2.6.2.2 Ketertarikan Dalam Media Sosial Instagram @Yourunissula Dalam Mencari Informasi

Pada pertanyaan selanjutnya mengenai bagaimana pendapat informan mengenai media sosial instagram sebagai pilihan media informasi dibandingkan dengan mencari informasi langsung kepada panitia PMB. Ketiga informan menjawab cukup sama. Hal tersebut salah satunya disampaikan oleh Vito

*“Karena saya lebih praktisnya ke akun Instagram karena ga perlu buang waktu ke panitia PMB, adapun pernah saya alami ketika kurang informasi saya datang ke panitia PMB”*

Wilson mendeskripsikan sebuah model perilaku penemuan informasi sebagai suatu alternatif kebutuhan informasi yang termasuk didalamnya perilaku informasi. Dalam model ini, perilaku penemuan informasi timbul sebagai suatu konsekuensi yang dibutuhkan oleh pengguna informasi, yang mana membuat suatu informasi menjadi sumber formal atau informal, dimana hasil kesuksesan maupun kegagalan untuk menemukan informasi menjadi

## 2.7 Kebutuhan Informasi Calon Mahasiswa Baru

Tidak ada orang yang sadar yang tidak membutuhkan informasi; itu adalah kebutuhan universal. Bahkan bayi yang baru lahir akan membutuhkan pengetahuan tentang bagaimana dia mengonsumsi makanan dan cairan, pakaian, penggunaan benda, dan lainnya saat dia berkembang. (Riani, 2017) mengklaim bahwa itu adalah struktur kognisi seseorang yang dianggap memiliki celah di dalamnya ketika pengetahuan atau informasi hadir karena tugas atau rasa ingin tahu yang sederhana. Jika dilihat dari perspektif ini, frase "kebutuhan informasi" mengacu pada pengetahuan dan gagasan informasi. Karena itu, calon mahasiswa baru terpaksa mencari informasi tentang penerimaan mahasiswa baru untuk mengisi kesenjangan antara suatu masalah dan solusinya.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti peroleh, dapat diketahui bahwa calon mahasiswa baru untuk mendapatkan informasi yang mudah dan cepat melalui media sosial *instagram* @yourunissula seperti yang telah disampaikan

*“Media sosial informasi yang di sajikan Unissula untuk menginformasikan suatu kepentingan kepentingan yang ada di unisula, seperti informasi PMB dll,*

*Karena saya lebih praktisnya ke akun Instagram karena ga perlu buang waktu ke panitia PMB, adapun pernah saya alami ketika kurang informasi saya datang ke panitia PMB”*

Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan (Sutayogi, 2019) yang mendefinisikan kebutuhan informasi sebagai kondisi atau proses yang dimulai ketika seseorang berpikir ada ketegangan (*gap*) antara informasi dan pengetahuan yang dapat diakses untuk memecahkan masalah dan solusi yang sebenarnya. untuk masalah. Bahkan, karena beberapa faktor, calon mahasiswa masih perlu mendatangi panitia penerimaan mahasiswa baru secara langsung untuk mendapatkan solusi terbaik untuk mendaftar di suatu program. Akibatnya, mereka saat ini tidak memiliki akses terhadap semua informasi masalah yang mereka butuhkan terjawab atau dapat memperoleh solusi dengan cepat.

Dari definisi sebelumnya dapat dilihat bahwa keinginan akan informasi adalah suatu kondisi atau skenario yang dihasilkan dari kesadaran dan di mana seseorang merasakan ketegangan antara kebutuhan akan pengetahuan atau informasi untuk memahami suatu situasi atau menemukan solusi untuk masalah tertentu. Tuntutan informasional ini mencakup keinginan akan informasi baru serta kebutuhan untuk mengklarifikasi dan mendukung pandangan, sikap, dan pengetahuan yang sudah ada. Setiap orang di dunia memiliki kebutuhan bawaan akan informasi, dan calon siswa baru tidak berbeda.

## **2.8 Faktor Penyebab Kebutuhan Informasi Bagi Calon Mahasiswa Baru**

Seperti diketahui, penggunaan media sosial di internet mulai meluas di antara lebih banyak orang di dunia modern. Jangan abaikan media ini, yang digunakan

oleh beberapa organisasi dan bisnis. Instansi dan pelaku usaha dapat memperkenalkan dan menjual penjualan produk dan jasa produksi dengan menggunakan media internet.

Unissula menjadi salah satu instansi yang memanfaatkan media internet dalam melakukan promosinya. Dengan penggunaan instagram sebagai sarana komunikasi bagi masyarakat luas, diharapkan dapat membantu memperkenalkan kampus Unissula melalui media sosial ini. Peran bidang Humas dan Pemasaran kampus Unissula sangat berpengaruh dalam hal ini. Karena dalam mengelola tampilan instagram, diharapkan dapat membentuk persepsi di masyarakat mengenai pemanfaatan media sosial instagram Unissula sebagai media komunikasi dan informasi calon mahasiswa baru Unissula.

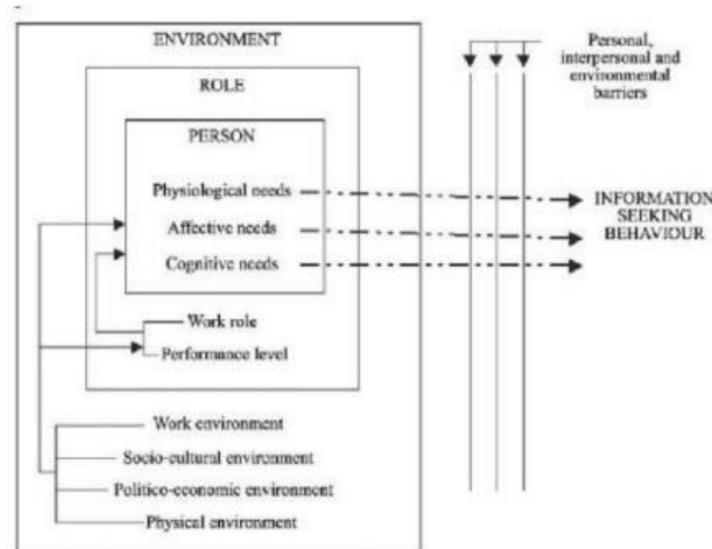
Citra perusahaan, orang, panitia, atau kegiatan adalah bagaimana pihak lain melihatnya, klaim Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2012). Setiap bisnis memiliki reputasi. Setiap perusahaan memiliki representasi visual sebanyak pemirsanya. Katz (dalam Soleh Soemirat dan Elvinaro: 2012) mengklaim bahwa berbagai gambaran perusahaan berasal dari pelanggan, pelanggan masa depan, pemberi pinjaman, karyawan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi perdagangan, dan pergerakan pelanggan di sektor perdagangan. Hal ini sama seperti dengan kampus Unissula untuk dapat mendapatkan citra sebanyak masyarakat yang mengetahuinya. Sehingga dalam pemanfaatan media instagram tersebut, dapat membantu memperkenalkan kampus Unissula di masyarakat luas.

Informasi yang dibutuhkan calon mahasiswa baru harus sesuai dengan yang dibutuhkan oleh calon mahasiswa baru sebagai syarat untuk masuk ke perguruan tinggi sesuai dengan universitas yang diinginkan, karena calon mahasiswa sangat membutuhkan informasi pada saat proses penerimaan. Para remaja sudah familiar dengan media sosial Instagram, dan sebagai calon mahasiswa hampir semua orang memanfaatkannya untuk mencari informasi, termasuk informasi perguruan tinggi atau universitas terbaik yang banyak diminati oleh para remaja atau lulusan SMA.

Menurut Wilson (1996) dalam (Widiyastuti, 2016) mengutip kebutuhan informasi yang dikemukakan oleh Weigts, mengatakan bahwa kebutuhan informasi meliputi :

- 1) Kebutuhan atas informasi baru;
- 2) Kebutuhan untuk menjelaskan informasi yang diperoleh;
- 3) Kebutuhan untuk memperkuat informasi yang diperoleh.
- 4) Kebutuhan untuk menjelaskan kepercayaan dan nilai yang ada;
- 5) Kebutuhan untuk memperkuat kepercayaan dan nilai yang ada.

Kemudian Wilson menjelaskan konsep kebutuhan informasi dan perilaku informasi yang berkaitan dengan psikologi. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar berikut



GAMBAR 4. 3 GAMBAR TEORI KEBUTUHAN INFORMASI WILSON

<http://eprints.undip.ac.id>

## 2.9 Instagram Sebagai Media Komunikasi

Tidak ada lagi ruang untuk skeptis terhadap kemajuan teknologi modern. Kemajuan pesat teknologi komunikasi, termasuk internet, *newsgroup*, *mailing list*, *World Wide Web*, televisi kabel multi-channel, dan percakapan radio dan televisi interaktif, menimbulkan pertanyaan apakah semua itu merupakan media atau komunikasi massa, seperti yang dikatakan Riswandi. (2009: 104) terungkap. Karena itu, komunikasi massa memiliki definisi baru.. Sebagai sarana media komunikasi dalam pembelajaran, instagram Unissula digunakan boleh dibilang sebagai pintu masuk sebelum calon mahasiswa memulai lebih jauh dalam mencari kampus pilihannya. Karena didalamnya terdapat banyak hal yang harus calon mahasiswa tau sebelum menjadi mahasiswa Unissula, mencari informasi mengenai akreditasi kampus, pilihan fakultas, waktu pendaftaran dimulai, biaya pendaftaran dan biaya masuk fakultas mana, dan prestasi apasaja yang dimiliki Unissula. Faktor internal psikologis mengenai kebutuhan manusia akan mempengaruhi persepsi seseorang terhadap suatu objek tersebut. Semakin berbeda karakteristik

individu, semakin berbeda pula pengaruhnya terhadap bagaimana mereka melihat suatu objek (Deddy Mulyana, 2008).

### **2.9.1 Kebutuhan dan Kendala Pada Instagram @Yourunissula**

Pertanyaan selanjutnya adalah mengenai keberadaan instagram @yourunissula sudah membantu calon mahasiswa dalam mengakses informasi yang mereka butuhkan, serta sudah menyajikan segala informasi berkaitan dengan akademik atau terdapat beberapa masalah didalam instagram tersebut sehingga dapat mengganggu informan dalam membuka instagram. Karena tidak semua informasi yang didapat melalui Instagram selalu sesuai dengan preferensi kita. Setiap bagian dari konten sehingga disesuaikan dengan preferensi siswa potensial. Hal ini memperjelas data yang diperoleh calon mahasiswa ketika memanfaatkannya untuk melihat beberapa data yang diinginkan, antara lain data penerimaan mahasiswa baru dan persyaratan lainnya untuk proses pendaftaran.

Intan dan Vira berpendapat sama mengenai kemudahan informasi yang mereka butuhkan. Intan menambahkan jika dalam instagram tersebut sudah sangat rinci dan lengkap menjelaskan beberapa bagian mengenai proses pendaftaran. Sedangkan Vito lebih berpendapat jika informasi yang ia butuhkan tidak selamanya mudah. Kendala yang ia permasalahan antara lain ketika mencari informasi namun tidak terlalu paham dengan inti informasi tersebut dan menanyakan melalui kolom komentar bahkan menanyakan melalui pesan yang ada di instagram namun tidak mendapatkan

respon yang cepat

*“Masukkan saya adalah semoga Instagram yourunissula memberikan jalur informasi melalui beberapa platform seperti wa telegram yang disambungkan ke Instagram your Unissula agar para orang yang melihat atau yang ingin mengetahui lebih dalam bisa menanyakan informasi tersebut melalui platform tersebut yang ada pada bio Instagram”*

Mencari informasi melalui media sosial memang terkadang tidak secepat saat mencari informasi langsung ke panitia penerimaan mahasiswa baru datang ke kampus, sehingga terkadang kita harus menunggu waktu yang lebih dalam mendapatkan informasi yang kita inginkan. Selain itu kendala yang dialami disetiap calon mahasiswa baru mengenai jaringan internet, apalagi saat jaringan tersebut digunakan oleh banyak orang. Memang dalam mengakses sebuah internet, kadang kita disusahkan dengan namanya jaringan. Lancar atau tidaknya situs yang kita gunakan juga tergantung dari sinyal yang ada pada media yang kita gunakan. Contoh lain semisal kita hidup di lingkungan pedalaman yang minim akan jaringan. Jika kita menggunakan media Hp untuk mengakses internet dan kartu perdana yang kita gunakan tidak menunjang pada daerah tersebut, maka hal itu juga berpengaruh pada cara persepsi kita mengenai konten yang kita lihat.

Hal ini sejalan dengan hipotesis persepsi presumtif yang dikemukakan oleh Riswandi (2009), dimana proses persepsi presumtif memungkinkan kita untuk menggeneralisasi suatu item dengan makna yang lebih komprehensif

dari semua sudut pandang. Tuntutan diperlukan untuk menarik kesimpulan berdasarkan pengetahuan yang tidak memadai karena seluruh informasi tidak pernah tersedia (2009: 56). Anggapan ini memanifestasikan dirinya sebagai kelambatan dalam menjawab pertanyaan dari siswa potensial. Agar hal tersebut dapat meningkatkan persepsi calon mahasiswa saat mengevaluasi Instagram. Seperti halnya yang dijelaskan Vito tadi, kemungkinan juga jika admin instagram tidak segera merespon bisa memberikan link yang langsung menuju ke grup calon mahasiswa baru yang menjadi satu, sehingga akan memudahkan calon mahasiswa baru mendapatkan informasi yang serentak dan sama, adanya grup calon mahasiswa baru saat pendaftaran berlangsung akan memudahkan pemberian informasi kepada calon mahasiswa baru.

### **2.9.2 Penambahan Konten Pada Instagram**

Untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan penyajian informasi, instagram Unissula selalu mengalami beberapa perubahan. Dari beberapa informasi yang diberikan, hal tersebut pasti mendapat penilaian baik negatif maupun positif dari para penggunanya. Untuk menilai bagaimana tanggapan dari kepuasan tersebut, perlu dicari tahu bagaimana pendapat dari mahasiswa mengenai instagram tersebut secara keseluruhan dari tampilannya. Pada pertanyaan ini juga ketiga informan menjawab sudah puas dengan beberapa informasi yang ditampilkan. Vira menambahkan jika semua informasi yang ia butuhkan sudah sangat jelas ada semua dalam instagram Unissula yang sudah memaparkan segala bagian-bagiannya sendiri.

Untuk menambahkan informasi, beberapa waktu lalu peneliti sempat

menanyakan terkait hal perbaruan dalam instagram Unissula kepada saudara Musbikin selaku staf pada UPT Humas dan Pemasaran. Menurutnya, selama ini memang tidak ada mahasiswa yang mengajukan saran tentang perubahan pada instagram Unissula kepada pihaknya. Namun, hal itu tidak lantas membuat Bidang Humas dan Pemasaran tersebut membiarkan atau tidak merubah tampilan instagramnya. Perubahan terakhir yang dilakukan adalah membuat Reels yang dikemas semenarik mungkin agar calon mahasiswa baru tidak bosan dan bisa melihat konten tersebut dengan mudah dimengerti.

Penambahan terbaru ke platform media sosial Instagram disebut Instagram Reels. Dengan fungsi yang satu ini, pengguna Instagram bisa semakin imajinatif jika sering menggunakan aplikasi Instagram untuk memposting foto dan berbagi cerita. Ada yang meyakini bahwa fitur ini hadir untuk menyaingi TikTok, aplikasi saingannya. Seperti pengetahuan umum, Instagram telah mengalami penyesuaian untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Instagram mulai meluncurkan fungsi baru ini kepada pengguna Android atau iOS di 50 negara pada 5 Agustus 2020. Sejak Juni 2021, Instagram telah mengizinkan akses ke Reels untuk pengguna di ndonesia.



**GAMBAR 4. 4 KONTEN REELS @YOURUNISSULA**

Riswandi (2009) menegaskan bahwa inovasi pada komponen suatu objek akan menarik perhatian, sama halnya dengan faktor eksternal. Hal ini juga dimaksutkan dalam salah satu pertanyaan peneliti kepada informan jika adanya perbaruan pada instagram Unissula, akan dapat menjadi daya tarik lagi bagi mahasiswa dalam mengakses instagram tersebut.

### 2.9.3 Gambar Tampilan Instagram

Institusi yang dipublikasikan juga dapat mencirikan beberapa gambar yang muncul di Instagram, sehingga pengguna Instagram dapat menentukan apakah Instagram secara akurat mewakili perguruan tinggi atau kampus yang bersangkutan. Bisa juga disebut sebagai identitas kampus yang akan memudahkan pengguna Instagram untuk mengidentifikasi lokasi view instagram ini.

Intan menjelaskan jika keterkaitan antara beberapa gambar yang ada di instagram dengan budaya Islami kampus sudah selaras. Dia menjelaskan seperti contohnya dibagian beberapa gambar pada profil depan yang terdapat

beberapa foto mahasiswa dan mahasiswi yang mengenakan beberapa pakaian yang rapi dan juga sopan. Sedangkan Vito menambahkan terdapatnya beberapa konten instagram ayat Al- Qur'an maupun Hadits di konten reels instagram @yourunissula sudah menggambarkan Unissula memiliki nilai Islami. Dari ketiga jawaban informan diatas, peneliti menarik kesimpulan jawaban dengan beberapa aspek pada calon mahasiswa Unissula. Salah satunya adalah aspek budayanya. Dalam strategi pendidikan, Unissula telah menerapkan sistem *Khaira Ummah* inilah yang dipotensikan oleh Allah SWT akan sanggup memimpin dunia untuk kerahmatan. Di dalam Al-Qur'an disebutkan, kesanggupan generasi ini untuk membuat dunia baru yang penuh ketentraman, kemakmuran, kesejahteraan, kedamaian, dan sebagainya. Sanggup menghapus kemaksiatan, kebodohan, dan penindasan. Dan yang paling utama adalah selalu mengajak untuk selalu beriman (Tim Budai, 2008). Pembelajaran yang berbasis ilmu keagamaan. Sehingga dalam kampus Unissula akan banyak ditemui beberapa kegiatan keislaman mulai dari cara berpakaian yang sopan khususnya bagi kaum perempuan, gerakan shmedia berjama'ah, gerakan thaharah, dilarang merokok, dan sebagainya. Mungkin hal ini terasa asing bagi mahasiswa baru dengan berbagai latar belakang sebelumnya, namun dalam lingkungan kampus Unissula semua harus mengikuti budaya yang telah diterapkan mulai dari beberapa tahun sebelumnya. Sehingga kesan kampus Islami sangat kental dalam lingkungan Unissula seperti dari visi misinya "*Membangun Generasi Khaira Ummah*". Menurut Rofiq Anwar (2012), *Khaira Ummah* adalah generasi yang paling

berpeluang Tuhan gunakan untuk mengambil alih dari Yahudi, Nasrani, dan kekuatan lain yang menciptakan materi peradaban yang bermanfaat bagi seluruh dunia. Dan diharapkan lulusan- lulusan dari Unissula ketika terjun dalam dunia masyarakat dapat menerapkan ilmu-ilmu Islam yang diperoleh selama belajar di kampus Unissula serta dapat juga berguna bagi masyarakat luas dengan pondasi iman dan taqwa pada hati mereka.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Pemanfaatan media sosial instagram bagi calon mahasiswa Unissula telah memberikan dampak tersendiri dalam setiap penggunaannya. Tidak terkecuali tentang pemanfaatan calon mahasiswa baru terhadap media sosial instagram yang mereka gunakan selama menjadi calon mahasiswa Unissula. Sebagai media informasi dan komunikasi, media sosial instagram mampu di manfaatkan menjadi media informasi dan komunikasi bagi calon mahasiswa batuhkan dalam proses menjadi mahaiswa. Dalam bab ini penulis akan menyimpulkan hasil penelitian ke dalam tiga poin utama :

1. Secara keseluruhan persepsi mahasiswa terhadap tampilan instagram @yourunissula sudah cukup bagus baik dari segi konten, caption, gambar, maupun secara keseluruhan dari visualisasi instagram tersebut, konten yang disajikan instagram @yourunissula juga beragam, adanya podcast dalam salah satu kontennya sangat memudahkan calon mahasiswa baru dalam mendapatkan informasi kampus dengan mudah, meskipun calon mahasiswa baru tidak seutuhnya bisa mendapatkan solusi yang mereka butuhkan. Instagram @yourunissula sudah sangat membantu calon mahasiswa dalam mendapatkan informasi secara mudah dan cepat, calon mahaiswa baru bisa mencari informasi penerimaan mahasiswa baru yang ada di Unissula dari manapun, asalkan ada jaringan internet.
2. Calon mahasiswa Unissula sangat mengeluhkan respon admin instagram

@yourunisula dalam memberikan tanggapan dalam kolom komentar maupun pesan di dalam instagram yang kurang cepat. Seperti yang di ungkapkan oleh salah satu informan *“Admin di Instagram @yourunissula kurang fast respon,dan kurang respect Dalam menanggapi komentar” yg ada di Instagram”*.

3. Pengetahuan informan mengenai beberapa konten yang terdapat dalam instagram Unissula masih kurang maksimal. Calon mahasiswa baru kebanyakan hanya terfokus pada konten yang berada di bio instagram dan konten yang muncul paling atas. Karena masih banyak calon mahasiswa baru yang menanyakan ulang informasi yang sudah ada dalam konten instagram kepada admin instagram. Namun secara keseluruhan informan menilai sudah cukup membantu selama proses akademik.
4. Konten pada instagram @yourunissula sudah menggambarkan sebagai media sosial kampus yang memberikan berbagai informasi yang penting untuk calon mahasiswa maupun mahasiswa Unissula sendiri. Konten yang memberikan gambar dan vidio dengan keterangan yang singkat dan jelas memberikan banyak manfaat untuk calon mahasiswa. Seperti jawaban informan yang mengatakan bawah media sosial instagram @yourunissula sangat membatu calon mahasiswa mencari dan mendapatkan informasi secara cepat melalui konten @yourunissula.

## 5.2 Saran

Dari beberapa kesimpulan diatas, peneliti akan memberi saran sebagai berikut :

### 1. Untuk Calon Mahasiswa Unissula

Diharapkan Calon mahasiswa lebih sering mengakses instagram Unissula agar semua informasi yang dipublikasikan mengenai informasi penerimaan mahasiswa baru, beasiswa yang sedang berlangsung, informasi ujian penerimaan calon mahasiswa, dapat mengetahui informasi secara tepat tanpa menanyakan kembali kepada admin.

### 2. Untuk pengelola instagram

- Diharapkan untuk pengelola instagram agar lebih memanfaatkan semua fitur yang ada di instagram supaya calon mahasiswa baru lebih mudah dalam mendapatkan informasi dari instagram @yourunissula. Seperti fitur tanya jawab yang ada di instagram, dengan memanfaatkan fitur tersebut akan lebih sering berinteraksi dengan pengikut secara umum, sehingga fungsi instagram sebagai media komunikasi dan informasi dapat di manfaatkan dengan baik.
- Bagi pengelola instagram kampus agar dapat memberikan link grup calon mahasiswa yang ada di Bio instagram. Dengan adanya link grup akan memudahkan calon mahasiswa berinteraksi satu sama lain dan akan memudahkan admin penerimaan mahasiswa baru dalam memberikan informasi melalui satu grup calon

mahasiswa baru.

- Bagi admin medis sosial instagram, sebaiknya dapat merespon pertanyaan yang ada di kolom komentar maupun di pesan dengan cepat, jikalau tidak mampu merespon pertanyaan yang ada di pesan instagram @yourunissula, admin instagram bisa membuat balasan otomatis meliputi rangkuman pertanyaan yang biasa calon mahasiswa baru tanyakan, sehingga akan memudahkan calon mahasiswa baru mendapatkan informasi secara cepat tanpa menunggu balasan dari admin instagram.

3. Untuk penelitian selanjutnya

- Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi dunia akademis mengenai persepsi mahasiswa terhadap instagram sebuah kampus.
- Penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam lagi mengenai teori komunikasi tentang pemanfaatan media sosial instagram seseorang terhadap suatu objek dilingkungan mereka.



## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku :

Riswandi, 2009, *Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Graha Ilmu Hardja, Agus M. 2003.

*Komunikasi Interpersonal*.

Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss.2009. *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta:

Salemba Humanika

Mulyana Deddy, 2005, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung; PT Remaja

Rosdakarya

HM, Jogiyanto. 2008. *Metode Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi

### Sumber Jurnal :

Astuti, P. D. (2013). Sistem Informasi Penjualan Obat Pada Apotek Jati Farma

Arjosari. *Indonesian Journal on Computer Science - Speed (IJCSS) 16 FTI*

*UNSA Vol 10 No 1 – Mei 2013 - Ijcss.Unsa.Ac.Id*, 10(1), 142–147.

<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.3112/speed.v3i4.1217>

Hadi, S. (2016). Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi

[Examination of the Validity of Qualitative Research Data on Thesis]. *Ilmu*

*Pendidikan*, 22(1), 21–22.

Logica, J. S., Zafira, R. F., & Indonesia, E. (2022). *PERSEPSI KONSUMEN PADA*

*SOMASI ESTEH INDONESIA*. 1(2), 1–13.

Mintarto, B., & Rohmiyati, Y. (2018). Perilaku Pencarian Informasi Remaja Islam

Masjid Agung Jawa Tengah (Risma-Jt) Di Perpustakaan Masjid Agung Jawa

Tengah. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 7(4), 51–60.

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/22948>

- Patriana, E. (2014). Komunikasi Interpersonal Yang Berlangsung Antara Pembimbing Kemasyarakatan Dan Keluarga Anak Pelaku Pidana Di Bapas Surakarta. *Journal of Rural and Development* □ Volume V, V(2), 203.
- Riani, N. (2017). Model Perilaku Pencarian Informasi Guna Memenuhi Kebutuhan Informasi (Studi Literatur). *Publication Library and Information Science*, 1(2), 14. <https://doi.org/10.24269/pls.v1i2.693>
- Saputra, D. viro. (2021). Komunikasi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Media Sosial Instagram di Era COVID-19. *Voxpop*, 3(1), 20–28.
- Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>
- Susilo, A. A. (2020). Peran Guru Sejarah dalam Pemanfaatan Inovasi Media Pembelajaran. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 4(2), 79. <https://doi.org/10.32585/jkp.v4i2.649>
- Sutayogi, D. J. (2019). Perilaku Berbagai Informasi pada Komunitas Petani Nyleneh (KPN) Regional Jawa Timur. *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 53(9), 1689–1699. [www.journal.uta45jakarta.ac.id](http://www.journal.uta45jakarta.ac.id)
- Tjiptasari, F., Madinatul, D., & Ridwan, M. (2019). Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 10(2), 163–178.
- Udpa, N., Ronen, R., Zhou, D., Liang, J., Stobdan, T., Appenzeller, O., Yin, Y., Du, Y., Guo, L., Cao, R., Wang, Y., Jin, X., Huang, C., Jia, W., Cao, D., Guo, G.,

- Claydon, V. E., Hainsworth, R., Gamboa, J. L., ... Haddad, G. G. (2014). Whole genome sequencing of Ethiopian highlanders reveals conserved hypoxia tolerance genes. *Genome Biology*, 15(2). <https://doi.org/10.1186/gb-2014-15-2-r36>
- Widiyastuti. (2016). Perbandingan Teori Perilaku Pencarian Informasi Menurut Ellis, Wislon dan Kuhlthau. *Jurnal Pustaka Budaya*, Vol. 3, No. 2, h.51-64.
- Patton, M. (2003). Paradigma Konstruktivis. *Paradigma*, 75.
- Tjiptasari, F., dan Ridwan, M.M. (2017). Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pustakaloka*, 9(1), 57-68.
- Sutayogi, D. J. (2018). *Perilaku Berbagi Informasi Pada Komunitas Petani Nyleneh (Kpn) Regional Jawa Timur* (Doctoral Dissertation, Universitas Airlangga).
- Sugiyono (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-jurnal humaniora*
- Widiastuti, R. N. (2018). Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah. *Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.*

**Sumber Internet :**

**Website :**

<http://www.unissula.ac.id/>

<http://unissula.ac.id/budaya-akademik-islami-budai/>

Instagram : @yourunissula

Facebook : Universitas Islam Sultan Agung