

**PERSEPSI MAHASISWA UPN VETERAN JAWA TIMUR TERHADAP
INSTAGRAM @upnveteranjawatimur SEBAGAI MEDIA INFORMASI**

Bintang Rafi Aryanta¹, Aulia Rahmawati²

^{1,2} Ilmu Komunikasi FISIBPOL, UPN Veteran Jawa Timur

¹bintang.2001.br@gmail.com

ABSTRACT

Technological advancements and the rise of social media have transformed communication within the higher education landscape. Instagram, a leading visual platform among the younger generation, is increasingly utilized by universities as an official communication channel and a tool to foster digital literacy. UPN Veteran East Java employs its official Instagram account, @upnveteranjawatimur, to disseminate academic information and bolster the institution's reputation. However, the actual effectiveness of this communication medium remains uncertain. A potential gap between the messages conveyed by the university and the students' interpretation of them could lead to misunderstandings, lower engagement levels, and reduced institutional communication effectiveness. Furthermore, existing research specifically examining student perceptions of UPN Veteran East Java's official university Instagram account is limited. This study aims to explore in depth the perspectives of UPN Veteran East Java students regarding the @upnveteranjawatimur Instagram account as a campus information medium. The findings are expected to provide insights into the platform's effectiveness, identify potential areas of miscommunication, and serve as a basis for the university to evaluate the quality of information delivery ensuring it is accurate, informative, and aligned with student needs.

Keywords: Student Perceptions, Instagram, Information Media, Communication, UPN Veteran Jawa Timur

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan media sosial telah mengubah situasi komunikasi di dunia perguruan tinggi. Instagram, sebagai salah satu platform visual paling terkenal di kalangan generasi muda, kini banyak dimanfaatkan oleh perguruan tinggi sebagai media komunikasi resmi dan sarana pendukung literasi digital. UPN Veteran Jawa Timur turut menggunakan akun Instagram resmi @upnveteranjawatimur untuk memaparkan informasi akademik dan memperkuat reputasi institusi. Namun, keberadaan media komunikasi ini belum dapat dipastikan efektivitasnya. Kesenjangan antara pesan yang disampaikan oleh pihak kampus dengan pemaknaan yang diterima mahasiswa berpotensi memicu kesalahpahaman informasi, menurunkan tingkat keterlibatan (engagement), serta mengurangi efektivitas komunikasi institusi. Selain itu, tinjauan terdahulu yang secara khusus mengkaji persepsi mahasiswa terhadap akun Instagram resmi universitas di lingkungan UPN Veteran Jawa Timur masih sangat terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu dan menggali secara mendalam bagaimana sudut pandang mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur terhadap akun Instagram @upnveteranjawatimur sebagai media informasi kampus. Hasil penelitian ini

diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai tingkat efektivitas platform tersebut, mengklasifikasikan potensi miskomunikasi, dan menjadi bahan penilaian bagi pihak universitas dalam memperhatikan kualitas penyajian informasi yang akurat, informatif dan sesuai dengan keperluan mahasiswa.

Kata Kunci: Persepsi Mahasiswa, Instagram, Media Informasi, Komunikasi, UPN Veteran Jawa Timur.

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan pola komunikasi di berbagai sektor, termasuk pada institusi pendidikan tinggi. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi institusional. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana interaksi sosial, tetapi juga menjadi media penyebaran informasi yang cepat, mudah diakses, dan mampu menjangkau khalayak secara luas. Di antara berbagai platform media sosial yang berkembang, Instagram menjadi salah satu media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat, khususnya kalangan mahasiswa. Karakteristik Instagram yang mengutamakan komunikasi visual, didukung berbagai fitur interaktif seperti feed, stories, reels, live, dan highlight, menjadikan platform ini efektif sebagai media penyampaian informasi serta membangun

hubungan antara institusi dengan audiensnya.

Dalam konteks pendidikan tinggi, Instagram dimanfaatkan oleh berbagai perguruan tinggi sebagai media komunikasi resmi untuk menyampaikan informasi akademik, layanan administrasi, kegiatan kemahasiswaan, hingga membangun citra institusi. Akun Instagram resmi universitas berperan sebagai saluran komunikasi yang mampu menyampaikan informasi secara cepat sekaligus meningkatkan keterlibatan mahasiswa terhadap berbagai aktivitas kampus. UPN Veteran Jawa Timur juga memanfaatkan akun Instagram **@upnveteranjawatimur** sebagai media informasi resmi yang ditujukan kepada civitas akademika. Melalui akun tersebut, berbagai informasi mengenai akademik, kegiatan mahasiswa, pengumuman resmi, serta layanan kampus dipublikasikan secara berkala.

Meskipun demikian, keberhasilan penyampaian informasi melalui media sosial tidak hanya ditentukan oleh intensitas publikasi konten, tetapi juga dipengaruhi oleh bagaimana audiens menerima, memperhatikan, dan memaknai informasi tersebut. Mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial memiliki pengalaman, kebutuhan informasi, serta latar belakang yang berbeda sehingga dapat menghasilkan persepsi yang beragam terhadap informasi yang disampaikan. Perbedaan persepsi tersebut berpotensi memengaruhi efektivitas komunikasi institusional. Informasi yang dianggap jelas dan relevan oleh sebagian mahasiswa belum tentu dipahami dengan cara yang sama oleh mahasiswa lainnya. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui bagaimana mahasiswa mempersepsikan akun Instagram resmi universitas sebagai media informasi kampus sehingga institusi dapat mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi digital yang diterapkan.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Instagram memiliki peran penting sebagai media komunikasi di lingkungan perguruan

tinggi. Penelitian Alsha Nazwa dkk. (2025) menemukan bahwa akun Instagram **@uinsu_official** dinilai cukup efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa, terutama terkait informasi akademik dan kegiatan kampus. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga lebih berfokus pada pengukuran tingkat efektivitas berdasarkan persepsi responden. Selanjutnya, penelitian Rijal Arif dkk. (2023) menunjukkan bahwa akun Instagram program studi berfungsi sebagai media informasi utama bagi mahasiswa melalui pemanfaatan berbagai fitur Instagram, namun penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada fungsi media dan pengelolaan akun dibandingkan pengalaman audiens dalam memaknai informasi.

Penelitian lain oleh Khansa Naurah Khalilah dkk. (2025) mengkaji strategi pengelolaan akun Instagram sebagai media informasi mahasiswa dan menunjukkan bahwa keberhasilan penyebaran informasi dipengaruhi oleh proses kurasi konten yang dilakukan pengelola akun. Sementara itu, penelitian Syifa Anggraini dan Laila Rohani (2025) menyoroti peran Instagram lembaga

pers mahasiswa sebagai media penyebaran informasi yang mampu meningkatkan aksesibilitas informasi di lingkungan kampus. Di sisi lain, Putri Dwi Lestari dkk. (2024) mengungkapkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap akun media berita di Instagram dipengaruhi oleh kredibilitas sumber informasi, penyajian visual, dan interaksi digital yang dibangun melalui platform tersebut.

Berdasarkan berbagai penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa kajian mengenai Instagram sebagai media informasi di lingkungan perguruan tinggi telah banyak dilakukan. Namun demikian, sebagian besar penelitian lebih berorientasi pada efektivitas media, strategi pengelolaan akun, maupun fungsi Instagram sebagai media informasi. Penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana mahasiswa membentuk persepsi terhadap akun Instagram resmi universitas sebagai media komunikasi institusional, khususnya pada konteks UPN Veteran Jawa Timur, masih relatif terbatas. Selain itu, sebagian penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga belum mampu menggali secara mendalam pengalaman, penafsiran,

dan makna yang dibangun mahasiswa terhadap informasi yang diterima melalui akun Instagram kampus.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, unsur kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada fokus kajian yang menempatkan mahasiswa sebagai subjek utama dalam memaknai komunikasi digital institusi melalui akun Instagram resmi universitas. Penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi penilaian mahasiswa terhadap kualitas informasi, tetapi juga menggali proses terbentuknya persepsi melalui pengalaman penggunaan media sosial, perhatian terhadap konten, serta interpretasi mahasiswa terhadap informasi akademik dan layanan kampus yang disampaikan melalui akun **@upnveteranjawatimur**. Dengan demikian, penelitian ini memberikan perspektif yang lebih mendalam mengenai efektivitas komunikasi institusional berbasis media sosial dari sudut pandang penerima pesan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur terhadap akun Instagram **@upnveteranjawatimur** sebagai media informasi kampus, serta memahami bagaimana mahasiswa

menerima, memperhatikan, menginterpretasikan, dan memberikan makna terhadap informasi yang dipublikasikan melalui akun tersebut.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis naratif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap mahasiswa aktif UPN Veteran Jawa Timur yang mengikuti dan pernah berinteraksi dengan akun Instagram **@upnveteranjawatimur**, serta didukung dokumentasi sebagai data pelengkap. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sehingga diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai persepsi mahasiswa terhadap media informasi kampus.

Kajian ini menggunakan teori persepsi yang dikemukakan oleh Mulyana, Walgito, dan Rakhmat sebagai landasan teoritis. Proses persepsi dipahami melalui tiga tahapan utama, yaitu sensasi (penerimaan stimulus), atensi (pemusatan perhatian terhadap informasi), dan interpretasi (pemberian makna terhadap informasi). Ketiga tahapan tersebut

digunakan untuk menjelaskan bagaimana mahasiswa memproses informasi yang disampaikan melalui akun Instagram resmi universitas hingga terbentuk persepsi terhadap efektivitas akun tersebut sebagai media komunikasi institusional.

Secara ilmiah, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian Ilmu Komunikasi, khususnya pada bidang komunikasi digital, media sosial, komunikasi organisasi, dan komunikasi pendidikan. Selain memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori persepsi dalam konteks komunikasi melalui media sosial, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas komunikasi institusional di lingkungan pendidikan tinggi. Dari sisi praktis, penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi bagi pengelola media sosial UPN Veteran Jawa Timur dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif, informatif, serta sesuai dengan kebutuhan mahasiswa sebagai audiens utama.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis naratif untuk memahami

secara mendalam persepsi mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur terhadap akun Instagram @upnveteranjawatimur sebagai media informasi kampus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman makna subjektif, pengalaman, dan interpretasi mahasiswa terhadap informasi yang diperoleh melalui media sosial.

Objek penelitian ini adalah akun Instagram @upnveteranjawatimur, sedangkan subjek penelitian adalah mahasiswa aktif UPN Veteran Jawa Timur yang mengikuti dan pernah berinteraksi dengan akun tersebut. Teknik penentuan informan dilakukan secara purposive sampling, dengan kriteria informan meliputi: (1) mahasiswa aktif UPN Veteran Jawa Timur, (2) mengikuti akun Instagram @upnveteranjawatimur, dan (3) pernah berinteraksi dengan akun tersebut melalui fitur seperti like, komentar, atau share.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dan dokumentasi. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali pengalaman, pandangan, dan makna yang diberikan mahasiswa terhadap akun

Instagram kampus sebagai media informasi. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian, seperti tangkapan layar konten akun Instagram dan dokumen pendukung lain yang relevan dengan penelitian.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model analisis data Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahapan: reduksi data, yaitu proses pemilihan dan penyederhanaan data yang relevan dengan fokus penelitian; penyajian data, yaitu pengorganisasian data dalam bentuk narasi yang sistematis agar mudah dipahami; dan penarikan kesimpulan, yaitu proses interpretasi data untuk menemukan makna dan menjawab tujuan penelitian.

Landasan teoritis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori persepsi yang dikemukakan oleh Mulyana, Walgito, dan Rakhmat. Teori ini digunakan untuk menganalisis proses terbentuknya persepsi mahasiswa melalui tahapan sensasi, atensi, dan interpretasi terhadap informasi yang disampaikan melalui akun Instagram @upnveteranjawatimur.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tahap Sensasi (Penerimaan Stimulus Digital)

Tahap sensasi merupakan proses awal pembentukan persepsi ketika indera penglihatan mahasiswa menangkap stimulus visual berupa foto, video, infografis, reels, dan story yang diunggah oleh akun @upnveteranjawatimur. Seluruh informan menerima stimulus informasi (seperti agenda akademik, kegiatan mahasiswa, fasilitas, dan prestasi) secara berulang. Namun, paparan ini tidak selalu terjadi karena pencarian aktif, melainkan didorong oleh algoritma media sosial yang secara otomatis memunculkan konten pada beranda feed pengguna. Karakteristik Fitur Feed dinilai lebih efektif sebagai stimulus jangka panjang karena sifatnya yang permanen dan mudah diakses kembali. Sebaliknya, fitur story yang bersifat temporer (24 jam) berpotensi menyebabkan informasi terlewatkan. Temuan ini memperluas teori persepsi klasik Mulyana. Pada era digital, sensasi tidak lagi sekadar proses biologis murni, melainkan sebuah proses teknologis di mana penerimaan stimulus oleh pancaindra sangat dimediasi dan dikendalikan oleh

sistem algoritma serta arsitektur fitur platform.

Tahap Atensi (Pemusatan Perhatian Mahasiswa)

Tahap atensi merupakan proses seleksi di mana mahasiswa memusatkan perhatiannya pada stimulus tertentu yang dianggap bernilai dari sekian banyak konten yang bersaing di Instagram. Perhatian utama mahasiswa secara konsisten tertuju pada konten yang memiliki personal relevance dan dampak langsung terhadap kehidupan perkuliahan mereka, seperti kalender akademik, pengumuman administratif, dan informasi organisasi. Selanjutnya, faktor eksternal (Desain Visual dan Format) Stimulus visual yang modern, ringkas, dan tidak monoton terbukti lebih berhasil memicu atensi mahasiswa dibandingkan teks formal yang panjang. Estetika desain berfungsi sebagai daya tarik utama (hook) sebelum mahasiswa mendalami substansi pesan. selanjutnya, Tantangan Atensi. Kendati aspek visual dinilai cukup menarik, beberapa informan mengidentifikasi bahwa pendekatan konten yang terlalu formal dapat menurunkan tingkat keterikatan (engagement). Akun institusi dituntut

untuk bersaing ketat dengan ratusan stimulus digital lain, sehingga penyajian yang lebih interaktif dan komunikatif menjadi kunci dalam mempertahankan atensi audiens.

Secara keseluruhan, penelitian ini mengonfirmasi bahwa akun Instagram @upnveteranjawatimur berhasil menjalankan fungsinya pada tahap sensasi sebagai penyedia stimulus informasi kampus (akademik, kegiatan, prestasi, dan pendaftaran mahasiswa baru) yang ditangkap oleh indera penglihatan mahasiswa. Namun, temuan di lapangan menunjukkan adanya perluasan konteks (rekonseptualisasi) terhadap teori persepsi klasik Mulyana dalam ekosistem komunikasi digital.

Mediasi Algoritma dalam Penerimaan Stimulus

Jika teori klasik mengasumsikan sensasi terjadi secara biologis dari interaksi aktif individu dengan lingkungan fisik, pada media sosial stimulus hadir secara otomatis. Sebagian besar informan menerima informasi bukan karena sengaja mengunjungi akun kampus, melainkan karena didorong oleh algoritma Instagram (feed dan story) yang menyesuaikan aktivitas pengguna. Penerimaan stimulus kini

dikendalikan oleh mekanisme teknologi digital, bukan lagi murni kontrol individu.

Pengaruh Karakteristik Fitur Media

Bentuk penyajian konten memengaruhi peluang stimulus tersebut diterima. Fitur feed menjadi saluran utama yang paling efektif karena sifatnya yang permanen dan mudah diakses kembali. Sebaliknya, informasi pada fitur story sering kali terlewat oleh mahasiswa karena keterbatasan karakteristik fitur yang bersifat temporer (hanya bertahan 24 jam).

Kompleksitas dan Kompetisi Stimulus

Di era digital, jumlah stimulus yang dihadapi mahasiswa jauh lebih masif dibandingkan media konvensional. Akun @upnveteranjawatimur harus bersaing ketat dengan ratusan stimulus lain (akun pribadi, hiburan, dan media massa). Mahasiswa secara bawah sadar melakukan seleksi dan lebih mudah merekam stimulus yang memiliki relevansi tinggi dengan kebutuhan akademik mereka.

Penelitian ini menguji relevansi teori persepsi Deddy Mulyana dalam konteks komunikasi digital melalui

pemanfaatan akun Instagram @upnveteranjawatimur sebagai media informasi kampus. Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa tahapan sensasi, atensi, dan interpretasi berlangsung secara linier dalam membentuk persepsi mahasiswa. Meskipun teori klasik Mulyana masih memiliki relevansi yang kuat dalam menjelaskan mekanisme dasar psikologis pembentukan persepsi, temuan di lapangan mengindikasikan adanya kompleksitas baru yang menuntut rekonseptualisasi teori tersebut akibat keterlibatannya dengan teknologi dan arsitektur media sosial. Pada tahap sensasi, akun @upnveteranjawatimur terbukti berhasil menjalankan fungsinya sebagai penyedia stimulus informasi akademik dan kemahasiswaan melalui fitur feed, story, dan reels. Namun, berbeda dengan asumsi teori klasik yang memandang sensasi sebagai proses biologis murni akibat interaksi fisik individu dengan lingkungan, intensitas penerimaan stimulus di Instagram sangat bergantung pada sistem algoritmik platform. Mahasiswa sering kali menerima informasi bukan karena pencarian aktif, melainkan karena distribusi konten otomatis pada

beranda mereka. Hal ini menunjukkan bahwa dalam ekosistem digital, stimulus tidak lagi murni dikendalikan oleh kontrol individu, melainkan dimediasi secara mekanis oleh teknologi.

Selanjutnya pada tahap atensi, perhatian mahasiswa terhadap informasi kampus terbukti bersifat selektif. Atensi diprioritaskan pada konten yang memiliki keterkaitan langsung (personal relevance) dengan kebutuhan akademik dan administratif mereka. Namun, teori persepsi klasik yang cenderung berfokus pada faktor internal (minat dan kebutuhan) belum sepenuhnya mengakomodasi variabel digital. Temuan empiris menunjukkan bahwa atensi mahasiswa di era digital juga sangat ditentukan oleh faktor eksternal berupa estetika desain komunikasi visual, konsistensi format konten, serta kualitas user interface (UI) yang mampu memicu perhatian di tengah padatnya arus informasi di media sosial.

Pada tahap akhir, yaitu interpretasi, mahasiswa secara umum memaknai akun @upnveteranjawatimur sebagai media komunikasi yang kredibel, informatif, dan solutif. Kendati

demikian, muncul interpretasi kritis dari sebagian mahasiswa mengenai konsistensi visual dan pemerataan distribusi informasi penting. Fenomena keragaman makna dari satu objek yang sama ini memang memperkuat teori Mulyana bahwa interpretasi dipengaruhi oleh latar belakang dan pengalaman masa lalu. Namun, dalam konteks kontemporer, faktor tersebut mengalami perluasan karena interpretasi mahasiswa saat ini turut dibentuk oleh tingkat literasi digital mereka, ekspektasi terhadap profesionalisme komunikasi institusi, serta aspek user experience (UX) selama berinteraksi dengan platform.

Sebagai kesimpulan teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi berupa perluasan teori persepsi Mulyana ke dalam ranah komunikasi digital. Proses pembentukan persepsi di media sosial tidak lagi dapat dipahami sebatas proses psikologis-biologis murni, melainkan merupakan hasil interaksi resiprokal antara karakteristik psikologis pengguna dan karakteristik teknologi.

D. Kesimpulan

memiliki persepsi yang cenderung positif terhadap akun Instagram @upnveteranjawatimur

sebagai media informasi kampus. Akun tersebut dipandang mampu memenuhi kebutuhan mahasiswa akan informasi akademik maupun layanan kampus karena menyajikan informasi secara cepat, mudah diakses, dan didukung penyajian visual yang menarik. Melalui tahapan sensasi, atensi, dan interpretasi, mahasiswa menerima informasi yang dipublikasikan, memberikan perhatian terhadap konten yang dianggap relevan, kemudian membentuk pemaknaan bahwa akun Instagram resmi kampus merupakan salah satu sumber informasi yang penting dalam menunjang aktivitas akademik.

Meskipun demikian, penelitian juga menemukan bahwa efektivitas akun Instagram sebagai media komunikasi institusional tidak hanya ditentukan oleh frekuensi publikasi informasi, tetapi juga oleh kualitas penyajian konten, kejelasan pesan, relevansi informasi dengan kebutuhan mahasiswa, serta interaksi yang dibangun antara pengelola akun dan pengikutnya. Perbedaan pengalaman dan kebutuhan informasi setiap mahasiswa menyebabkan terbentuknya persepsi yang beragam terhadap konten yang dipublikasikan. Oleh karena itu, pengelolaan media

sosial institusi perlu memperhatikan aspek komunikasi yang lebih interaktif agar pesan yang disampaikan dapat dipahami secara optimal oleh seluruh mahasiswa.

Hasil penelitian ini memperkuat penerapan teori persepsi dalam konteks komunikasi digital, khususnya bahwa proses pembentukan persepsi terhadap media sosial institusi berlangsung melalui penerimaan stimulus, perhatian terhadap informasi, dan interpretasi berdasarkan pengalaman serta kebutuhan individu. Temuan ini juga menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi telah berkembang menjadi media komunikasi strategis yang berperan dalam membangun hubungan antara perguruan tinggi dan mahasiswanya.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi pengelola akun Instagram **@upnveteranjawatimur** dalam menyusun strategi komunikasi digital yang lebih efektif, seperti meningkatkan konsistensi penyampaian informasi, memperkuat interaksi dengan mahasiswa, serta mengembangkan konten yang lebih

informatif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan civitas akademika.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar kajian tidak hanya berfokus pada persepsi mahasiswa, tetapi juga melibatkan sudut pandang pengelola media sosial kampus sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai proses komunikasi digital di lingkungan perguruan tinggi. Penelitian berikutnya juga dapat membandingkan efektivitas berbagai platform media sosial, seperti Instagram, TikTok, atau LinkedIn, sebagai media komunikasi institusional, ataupun mengembangkan penelitian dengan pendekatan kuantitatif maupun metode campuran (*mixed methods*) agar diperoleh gambaran yang lebih luas mengenai efektivitas media sosial dalam penyampaian informasi di perguruan tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Gunawan, I. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif: teori dan praktik*. Bumi Aksara.
- Irwanto, 2002. *Psikologi Umum*. Jakarta. PT Prehalindo
- Mulyana, 2010. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Muhammad, Arni. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Rakhmat, Jalaludin, 2012. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Safari, Triantoro. 2004. Kepemimpinan. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Walgito. 2010. Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta: CV Andi.
- Wijaya, T. (2018). Manajemen Kualitas Jasa (Edisi Kedua). Jakarta: PT. Indeks.
- Jurnal :**
- Anggraini, S., & Rohani, L. (2025). Peranan Instagram Lpm Dinamika Dalam Penyebaran Informasi Bagi Mahasiswa UINSU. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 5(1), 34–40. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v5i1.2518>
- Arif, R., & Khalidah, N. (n.d.). *Akun Instagram @Ilmu_Komunikasi_Unh sebagai Media Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nurdin Hamzah Jambi*.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Dwi Lestari, P., Saifulloh Kahfi, D., & Kuncoro, W. (2024). PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PEMBERITAAN DI MEDIA ONLINE INSTAGRAM PADA AKUN HARIAN BHIRAWA (Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). In *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi* (Vol. 04, Issue 01).
- Erarslan Yabancı Diller Egitimi Bolumu, A., & Dili Egitimi Anabilim Dali Bask, I. (2019). Instagram as an Education Platform for EFL Learners. In *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology* (Vol. 18, Issue 3).
- Hargita, B. S. (2019). INSTAGRAM SEBAGAI INOVASI MEDIA PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA BERBASIS BLENDED LEARNING: KAJIAN PENDAHULUAN. In *Prosiding Sembadra Universitas Sriwijaya* (Vol. 2, Issue 1).
- Kusmiati, K. (2019). Implementasi Bimbingan Keagamaan Orang Tua Dalam Menangani Krisis Moral Remaja Desa Gamong Kecamatan Kaliwungu Kudus. 48–57.
- Ma'ruf, M. A. (2017). *Analisa penggunaan Instagram sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk (Studi Deskriptif Kualitatif pada Founder dan Followers@nganjukkotabayu)* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Kalijaga).
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1984). Drawing valid meaning from qualitative data: Toward a shared craft. *Educational researcher*, 13(5), 20-30.
- Mansyur, U. (2016). "Inovasi Pembelajaran Bahasa Indonesia melalui Pendekatan Proses," *Retorika: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 9(2), hal. 158–163. doi: 10.26858/retorika.v9i2.3806.
- Naurah Khalilah, K., Saleh, A., Tri Harpin Pranata, R., Raihan Fadillah, A., Manisya, N., & Pertanian Bogor, I. (2025). *Pemanfaatan Instagram @Acc_Svipb Sebagai Media Informasi Mahasiswa The Utilization of Instagram @acc_svipb as an Information Medium for Students*. VI(1).
- Nazwa, A., Syalwa, J., Yasmin, N., Hanif Muzhaffar, M., Rifqi Adrya, M., & Harahap, N. (n.d.). *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial PERSEPSI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI TERHADAP KEBUTUHAN AKUN INSTAGRAM @uinsu_official DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI*. 6(8), 2025.
- Synchronity, H. (2023). Akun Instagram@Ilmu_Komunikasi_Unh sebagai Media Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nurdin Hamzah Jambi. *Jurnal Bincang Komunikasi*, 1(2), 10-19.