

**EFEKTIVITAS AKUN INSTAGRAM @OFFICIAL_UNPAK
SEBAGAI MEDIA PENYAMPAIAN INFORMASI KEGIATAN
AKADEMIK**

(STUDI KASUS: MAHASISWA UNIVERSITAS PAKUAN 2020)

SKRIPSI

ADDELIN PUTRI STIAWAN

044120166



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN**

**BOGOR
JUNI 2024**

**EFEKTIVITAS AKUN INSTAGRAM @OFFICIAL_UNPAK
SEBAGAI MEDIA PENYAMPAIAN INFORMASI KEGIATAN
AKADEMIK**

(STUDI KASUS: MAHASISWA UNIVERSITAS PAKUAN 2020)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menempuh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakun

**ADDELIN PUTRI STIAWAN
044120166**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JUNI 2024**

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul **Efektivitas Akun Instagram @official_unpak sebagai Media Penyampaian Informasi Kegiatan Akademik (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Pakuan 2020)** adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari peneliti lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di akhir skripsi ini.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui dan memberikan kepada Universitas Pakuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) karya ilmiah ini. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Pakuan berhak menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihinformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik hak. Dengan ini melimpahkan hak cipta karya tulis saya ini kepada Universitas Pakuan.

Bogor, 23 Juni 2024

Addelin Putri Stiawan
NPM 044120166

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi berjudul Efektivitas Akun Instagram @official_unpak sebagai Media Penyampaian Informasi Kegiatan Akademik (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Pakuan 2020) ini adalah hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiarisme. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Bila terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil plagiarisme, maka Universitas Pakuan berhak membatalkan isi skripsi yang telah saya tulis dan saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Pakuan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sehat dan sadar tanpa tekanan atau paksaan dari pihak mana pun.

Bogor, 23 Juni 2024
Yang Menyatakan

Addelin Putri Stiawan
NPM 044120166

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang telah disusun oleh:

Nama Mahasiswa

NPM

Judul

: Addclin Putri Stiawan

: 044120166

: Efektivitas Akun Instagram

@official_unpak sebagai Media

Penyampaian Informasi Kegiatan Akademik

(Studi Kasus : Mahasiswa Universitas

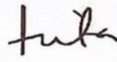
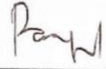
Pakuan 2020)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 12 Juli 2024

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang	Dr. Henny Suharyati, M.Si. NIK : 19600607 1990092001	
Pembimbing 1 / Penguji 1	Tiara Puspanidra, M.Si. NIK : 1.0815 033 671	
Pembimbing 2 / Penguji 2	Ratih Siti Aminah, M.Si. NIK : 1.0314 004 625	
Penguji Utama	Dini Valdiani, M.Si. NIK : 1.1110 033 517	

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Budaya

Dr. Henny Suharyati, M.Si.
NIP : 196006071990092001



Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn.
NIK : 1.0113001607



PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, peneliti peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

Adapun penulisan skripsi ini disusun berdasarkan teori, menyebarkan kuesioner kepada responden dan mewawancarai beberapa responden secara langsung selama melakukan penelitian di Universitas Pakuan, dengan mengangkat judul “Efektivitas Akun Instagram @official_unpak sebagai Media Penyampaian Informasi Kegiatan Akademik (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Pakuan 2020)”.

Bogor, 23 Juni 2024

Addelin Putri Stiawan
NPM 044120166

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyadari dalam proses penyelesaian penulisan skripsi ini tentu tidak dapat diselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan, masukan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Henny Suharyati, M.Si., Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.
2. Ibu Dwi Rini S. Firdaus, M. Comn., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.
3. Ibu Tiara Puspanidra, M.Si., dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberi masukan serta saran yang menunjang dalam penulisan skripsi.
4. Ibu Ratih Siti Aminah, M.Si., dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberi masukan serta saran yang menunjang dalam penulisan skripsi.
5. Keluarga peneliti yang tercinta, yang berperan untuk mengingatkan, menyemangati, mendoakan, serta memotivasi peneliti.
6. Teman-teman serpejuangan Universitas Pakuan, khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

Akhir kata, peneliti berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

BIOATA

Nama : Addelin Putri Stiawan
NPM : 044120166
Tempat dan tanggal lahir : Jakarta, 18 Agustus 2001
Nomor telepon : 085156927102
Surel : addelinstiawan@gmail.com
Alamat : Bukit Cimanggu City, Blok S7/5, Kota Bogor
Riwayat Pendidikan Formal : 1. SD BARUNAWATI IV Jakarta
2. SMP Negeri 140 Jakarta
3. SMA Negeri 110 Jakarta
Praktik Kerja Lapangan : Balrich Logistics

ABSTRAK

ADDELIN PUTRI STIAWAN, 044120166, 2024. Efektivitas Akun Instagram @official_unpak sebagai Media Penyampaian Informasi Kegiatan Akademik (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Pakuan 2020). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: **Tiara Puspanidra dan Ratih Siti Aminah.**

Perkembangan zaman dengan perubahan modern seperti saat ini disebabkan oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi modern yang memungkinkan semua dilakukan secara instan dan praktis, serba mekanik, dan otomatis. Kehidupan manusia sering mengalami kemajuan seiring dengan kemajuan ilmu dan teknologi. Dengan bantuan teknologi internet, masyarakat dapat lebih mudah berinteraksi satu sama lain. Fenomena ini menghasilkan jenis interaksi sosial baru yang berbeda dari yang ada sebelumnya. Kehadiran Instagram memudahkan para mahasiswa dalam mencari dan mendapatkan informasi seputar kegiatan akademik di Universitas Pakuan. Akun Instagram @official_unpak merupakan akun Instagram milik Universitas Pakuan yang dikelola langsung oleh pihak Universitas Pakuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas dari akun Instagram @official_unpak sebagai media penyampaian informasi kegiatan akademik. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan satu variable penelitian yaitu efektivitas komunikasi. Teori yang digunakan ialah teori Efektivitas Komunikasi menurut Hardjana yang memiliki enam indikator, yaitu: penerima pesan, isi pesan, media komunikasi, format pesan, sumber pesan, dan ketepatan waktu. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner, observasi, studi pustaka, dan juga wawancara beberapa orang responden yang mengisi kuesioner. Hasil skor indikator efektivitas komunikasi sangat efektif dengan rentang kriteria sangat tinggi yaitu >0.75 . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat efektivitas penggunaan media sosial Instagram @official_unpak sangat efektif. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 100 sampel yang menjadi responden, didapatkan angka efektivitas sebesar 89% yang termasuk dalam sangat efektif menurut Presentase Efektivitas Komunikasi menurut Kriyanto. Hasil uji t-test one sample sebesar -4.482 yang dimutlakkan menurut Fatimah dan Nuryaningsih dalam Buku Ajar Statiska menjadi 4.482 dengan derajat kebebasan $100 - 1 = 99$ dan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0.05%. Menggunakan uji satu pihak yaitu pihak kanan, t hitung lebih besar daripada t tabel sebesar $4.482 > 1.66$ maka hipotesis H_0 ditolak dan hipotesis H_a diterima.

kata kunci: efektivitas; komunikasi; media sosial; akun instagram

ABSTRACT

ADDELIN PUTRI STIAWAN, 044120166, 2024. Efektivitas Akun Instagram @official_unpak sebagai Media Penyampaian Informasi Kegiatan Akademik (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Pakuan 2020). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: **Tiara Puspanidra dan Ratih Siti Aminah.**

The development of the era with modern changes like today is caused by advances in modern science and technology which allow everything to be done instantly and practically, completely mechanically and automatically. Human life often progresses along with advances in science and technology. With the help of internet technology, people can interact with each other more easily. This phenomenon produces new types of social interactions that are different from those that existed before. The presence of Instagram makes it easier for students to find and obtain information about academic activities at Pakuan University. The Instagram account @official_unpak is an Instagram account belonging to Pakuan University which is managed directly by Pakuan University. This research aims to determine the effectiveness of the Instagram account @official_unpak as a medium for conveying information on academic activities. In this research, researchers used a descriptive quantitative approach with one research variable, namely communication effectiveness. The theory used is the theory of Communication Effectiveness according to Hardjana which has six indicators, namely: message recipient, message content, communication media, message format, message source, and timeliness. Data collection techniques in this research used questionnaires, observation, literature study, and also interviews with several respondents who filled out the questionnaire. The results of the communication effectiveness indicator score are very effective with a very high criteria range, namely >0.75 . The results of this research show that the level of effectiveness of using social media Instagram @official_unpak is very effective. Researchers distributed questionnaires to 100 sample respondents, obtained an effectiveness figure of 89% which is considered very effective according to the Percentage of Communication Effectiveness according to Kriyanto. The one sample t-test result was -4,482 which was absolute according to Fatimah and Nuryaningsih in the Statiska Textbook to 4,482 with a degree of freedom of $100 - 1 = 99$ and a significance level of 5% or 0.05%. Using a one-sided test, namely the right side, the calculated t is greater than the t table of $4.482 > 1.66$, so the H_0 hypothesis is rejected and the H_a hypothesis is accepted.

keywords: effectiveness; communication; social media; instagram account

DAFTAR ISI

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PRAKATA.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
BIOATA.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Kajian Teori	5
2.1.1 Efektivitas Media Sosial	5
2.1.2 Instagram.....	6
2.1.3 Akun Instagram @official_unpak.....	7
2.1.4 Media Penyampaian Informasi	8
2.1.5 Kegiatan Akademik.....	8
2.2 Penelitian Terdahulu	8
2.3 Kerangka Berpikir	9
2.4 Hipotesis Penelitian	10
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	11
3.1 Desain Penelitian	11
3.2 Lokasi dan Waktu	12
3.3 Populasi dan Sampel	12
3.3.1 Populasi Penelitian	12
3.3.2 Sampel Penelitian.....	12

3.4	Teknik Pengumpulan Data	13
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas Data	13
3.5.1	Uji Validitas.....	13
3.5.2	Uji Reliabilitas	14
3.6	Uji Normalitas	15
3.7	Teknik Analisis Data.....	15
3.8	Definisi Operasional.....	17
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN		19
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	19
4.1.1	Sejarah Universitas Pakuan.....	19
4.1.2	Logo Universitas Pakuan	20
4.1.3	Visi Universitas Pakuan	21
4.1.4	Misi Universitas Pakuan	21
4.1.5	Tujuan Universitas Pakuan.....	21
4.2	Hasil Uji Validitas.....	23
4.3	Hasil Uji Reliabilitas	24
4.4	Hasil Uji Normalitas.....	25
4.5	Sebaran Data Karakteristik Responden	25
4.6	Efektivitas Akun Instagram @official_unpak sebagai Media Penyampaian Informasi Kegiatan Akademik.....	27
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		42
5.1	Kesimpulan.....	42
5.2	Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA.....		43
LAMPIRAN.....		45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Gedung Universitas Pakuan Bogor	19
Gambar 4.2 Logo Universitas Pakuan	20
Gambar 4.3 Profile Akun Instagram @official_unpak	22
Gambar 4.4 Story Instagram @official_unpak	23
Gambar 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	24
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas	25
Gambar 4.7 Usia Responden.....	26
Gambar 4.8 Jenis Kelamin Responden	26
Gambar 4.9 Media Sosial yang Digunakan Responden.....	27
Gambar 4.10 Hasil Uji t-test one sample	39

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Engagement Rate Universitas di Bogor	3
Tabel 3.2 Tingkat Reliabilitas	15
Tabel 3.3 Skala Likert	16
Tabel 3.4 Presentase Efektivitas Komunikasi	16
Tabel 3.5 Rentang Kriteria Nilai Rataan Skala Likert	17
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	24
Tabel 4.7 Sebaran Indikator Penerima pesan	28
Tabel 4.8 Sebaran Indikator Isi Pesan	29
Tabel 4.9 Sebaran Indikator Media Komunikasi.....	32
Tabel 4.10 Sebaran Indikator Format Pesan	35
Tabel 4.11 Sebaran Indikator Sumber Pesan.....	37
Tabel 4.12 Sebaran Indikator Ketepatan Waktu	38
Tabel 4.13 Tabel Presentase Efektivitas Komunikasi	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel Distribusi Nilai r	46
Lampiran 2 Tabel Titik Presentase Distribusi t	47
Lampiran 3 Uji Validitas menggunakan SPSS	48
Lampiran 4 Pernyataan Kuesioner Penelitian	49
Lampiran 5 Tangkapan Layar Google Form	51
Lampiran 6 Hasil Wawancara Responden 1	57
Lampiran 7 Hasil Wawancara Responden 2	60

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman dengan perubahan modern seperti saat ini disebabkan oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi modern yang memungkinkan semua dilakukan secara instan dan praktis, serba mekanik, dan otomatis. Kehidupan manusia sering mengalami kemajuan seiring dengan kemajuan ilmu dan teknologi. Dengan bantuan teknologi internet, masyarakat dapat lebih mudah berinteraksi satu sama lain. Fenomena ini menghasilkan jenis interaksi sosial baru yang berbeda dari yang ada sebelumnya. Di masa lalu, manusia berinteraksi satu sama lain secara langsung, tetapi sekarang dengan semakin majunya teknologi, manusia dapat berinteraksi satu sama lain secara online melalui PC (*Personal Computer*), *laptop*, atau bahkan *smartphone*. Ini membuatnya lebih mudah untuk mendapatkan informasi yang tidak terbatas dalam waktu, jarak, dan ruang. Kehadiran internet dan media sosial memungkinkan khalayak berpartisipasi dalam perlombaan untuk menyebarkan informasi atau peristiwa yang terjadi di sekitar mereka. Akibatnya, media sosial mulai menggantikan peran media massa konvensional dalam menyebarkan informasi dengan lebih cepat. Perkembangan teknologi informasi telah membawa masyarakat menuju era digital, di mana semua informasi, ilmu pengetahuan, dan hal-hal lainnya disajikan dalam format digital. Seiring dengan berkembangnya internet, berbagai wadah digital mulai muncul. Berbagai macam wadah digital ini dibuat dengan berbagai tujuan, dengan tujuan utamanya adalah untuk membantu orang berkomunikasi, bekerja sama, mencari informasi, membagikan informasi, dan menyebarkan informasi yang mereka peroleh.

Humas telah mengalami perkembangan signifikan dengan hadirnya media sosial, mengubah jangkauan komunikasi organisasi secara fundamental. Media sosial memungkinkan penyebaran informasi *real-time*, meningkatkan transparansi, dan memfasilitasi manajemen krisis yang lebih efektif. Teknik seperti *influencer marketing* dan *user-generated content* telah menjadi bagian integral dari kampanye humas. Analitik media sosial juga memungkinkan pengukuran dampak dan *Return on Investment* (ROI) yang lebih akurat. Namun, perkembangan ini juga membawa tantangan baru seperti pengelolaan reputasi online dan kebutuhan untuk merespons dengan cepat terhadap isu yang viral. Dengan demikian, peran humas telah berevolusi menjadi lebih strategis, menuntut keterampilan digital yang kuat dan pemahaman mendalam tentang dinamika media sosial. Konvergensi media telah mentransformasi humas dari petarung tunggal menjadi humas multimedia bila ditekankan pada aspek kehumasan. Humas era sekarang sudah menjadi Humas 4.0 sehingga sumber daya humas perlu memiliki kemampuan di bidang IT, *new media* dan teknologi. Humas 4.0 tidak lagi bersaing dengan Humas instansi lain, tetapi juga bersaing dengan A.I (*Artificial Intelligence*) atau kecerdasan buatan, dan robot. Praktisi humas harus efisien dan efektif dalam menggunakan teknologi, terdapat begitu banyak alat yang dapat kita gunakan dalam era 4.0, baik itu dalam hal mempublikasikan informasi terkait perusahaan, memonitor media dan sampai meriset sejauh mana pesan yang disampaikan tersampaikan dan dimaknai dengan baik oleh khalayak tujuan. Pentingnya humas menguasai teknologi untuk ikut menyebarkan citra positif melalui komunikasi yang dilakukan menggunakan berbagai teknologi. Berinovasi dalam menyampaikan pesan dengan menggunakan

teknologi, membutuhkan keterlibatan praktisi humas lebih jauh. Agar dapat menyampaikan pesan secara efektif dan efisien, praktisi humas perlu beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Dengan menggunakan teknologi secara baik dan tepat, maka humas juga dapat ikut berperan dalam melawan berita-berita *hoax* juga *fakenews* yang sekarang ini beredar dimana-mana. Peran humas dalam menjalin hubungan dengan khalaknya menjadi semakin beragam dan kompleks namun sangat krusial. Hal ini perlu dilakukan agar praktisi humas dapat terus menjalankan aktifitasnya dalam situasi yang penuh perkembangan yang paling progresif.

Berdasarkan (Nabila et al., 2020) media sosial merupakan sebuah media *online* yang beroperasi dengan bantuan teknologi berbasis *web* yang membuat perubahan dalam hal komunikasi yang dahulu hanya dapat satu arah dan berubah menjadi dua arah atau dapat disebut sebagai dialog interaktif. Media sosial merupakan tempat, layanan, dan alat bantu yang memungkinkan setiap orang terhubung sehingga dapat mengekspresikan dan berbagi dengan individu lainnya dengan bantuan internet. Jenis kegiatan yang berbasis teknologi informasi termasuk *e-commerce*, *e-government*, *e-pendidikan*, dan lainnya. Ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi yang semakin pesat memiliki dampak yang lebih besar terhadap apa yang terjadi di media, khususnya media massa. Dewasa ini, dengan khalayak yang semakin kritis, media massa tidak hanya menjadi alat untuk menyebarkan informasi, tetapi juga menjadi alat untuk meningkatkan kesadaran publik dan kepedulian terhadap masalah-masalah baru.

Terdapat berbagai macam platforms media sosial yang ada, di Indonesia saat ini Instagram menjadi salah satu media sosial yang populer di kalangan masyarakat. Kevin Systrom dan Mike Krieger mendirikan platform digital Instagram bersama dalam perusahaan yang mereka kembangkan sendiri yaitu Burbn, Inc. sebelum diakuisisi oleh Facebook pada tahun 2012 (Lidara, 2022). Instagram adalah salah satu jenis media sosial yang menggunakan aplikasi *smartphone* untuk berbagi gambar dan video. Dengan adanya Instagram di masyarakat, kita tidak perlu menunggu sehari-hari atau berjam-jam untuk mendapatkan informasi melalui televisi atau surat kabar. Sekarang ini *smartphone* menjadi kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat. Akibatnya, minat masyarakat untuk membaca berita di media cetak atau menonton berita di televisi mulai menurun.

Kehadiran Instagram memudahkan para mahasiswa dalam mencari dan mendapatkan informasi seputar kegiatan akademik di Universitas Pakuan. Akun Instagram @official_unpak merupakan akun Instagram milik Universitas Pakuan yang dikelola langsung oleh pihak Universitas Pakuan. Akun Instagram @official_unpak memiliki fungsi dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik seperti: kalender akademik tahunan, berita seputar Universitas Pakuan, brosur, informasi tentang SIMAK/SIUP/LMS, fasilitas di Universitas Pakuan, dan lainnya. Bergabung di Instagram pada Januari 2018 dengan jumlah unggahan hingga kini per 21 Juni 2024 sebanyak 1.120 unggahan, 43.900 pengikut dan 179 mengikuti. Jumlah pengikutnya dan unggahan yang akan terus bertambah setiap harinya. Akun Instagram @official_unpak menjadi terkenal di kalangan mahasiswa Universitas Pakuan karena menjadi media informasi *online* dalam penyampaian informasi faktual, aktual dan bermanfaat seputar kegiatan akademik melalui unggahan Instagram *feed* atau Instagram *story*. Jumlah mahasiswa angkatan 2020 di Universitas Pakuan sebanyak 19.527 mahasiswa (Pakuan, 2020). Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan sebelum penelitian, didapatkan hasil bahwa

sebagian besar mahasiswa sudah jarang datang langsung ke kampus, dikarenakan mereka sedang dalam tahap mengerjakan skripsi yang tidak mengharuskan untuk datang ke kampus.

Melihat banyaknya *like* dan komentar pada setiap unggahan di akun Instagram @official_unpak, dapat disimpulkan bahwa pengikut akun Instagram @official_unpak menggunakan akun tersebut sebagai sumber informasi utama dan aktif berbagi informasi terkait sosialisasi kegiatan akademik melalui media sosial. Berdasarkan uji *Engagement Calculator* akun Instagram @official_unpak memiliki *Engagement Rate* sebesar 1.08% di mana nilai tersebut merupakan nilai terbesar kedua dari ketiga akun Instagram milik tiga perguruan tinggi lainnya yang berada di Bogor: UIKA (1.51%), IPB (1.07%), dan Universitas Djuanda Bogor (0.32%).

Tabel 1.1 Engagement Rate Universitas di Bogor

No	Nama Universitas	Unggahan	Pengikut	Engagement Rate
1	UIKA	796	27,8 ribu	1.51%
2	Universitas Pakuan	1.131	44,1 ribu	1.08%
3	IPB	2.893	334 ribu	1.07%
4	Universitas Djuanda	3.219	16,1 ribu	0.32%

(Sumber : Data Primer, 2024)

Berdasarkan data tersebut peneliti melihat adanya urgensi untuk melakukan penelitian terkait efektivitas akun Instagram @official_unpak sebagai media penyampaian informasi kegiatan akademik dengan tujuan untuk menganalisis efektivitas media sosial Instagram dalam penyampaian informasi yang terkait dengan kegiatan akademik pada mahasiswa Universitas Pakuan tahun 2020. Menurut Hardjana (2000) *dalam* (Nopianah, 2019) keefektifan komunikasi dapat diukur oleh beberapa hal, di antaranya penerima/pemakai pesan (*receiver or user*), isi pesan (*content*), media (*media*), format (*format*), sumber pesan (*source*), dan ketepatan waktu (*timing*). Peneliti ingin melihat keefektifan akun Instagram @official_unpak melalui unggahan (*content*) yang ada pada halaman akun Instagram @official_unpak.

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, maka pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui manfaat yang didapatkan dari penggunaan media sosial Instagram @official_unpak sebagai media penyampaian informasi kegiatan akademik mahasiswa sehingga dapat memenuhi informasi kegiatan akademik mahasiswa/i. Jadi peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul **“Efektivitas Akun Instagram @official_unpak Sebagai Media Penyampaian Informasi Kegiatan Akademik (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Pakuan 2020)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka peneliti mengambil permasalahan yang menjadi pokok pembahasan skripsi dengan rumusan masalahnya adalah: “Bagaimana efektivitas akun Instagram @official_unpak sebagai media penyampaian informasi kegiatan akademik mahasiswa studi kasus : mahasiswa Universitas Pakuan 2020?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini, seperti yang ditunjukkan dalam rumusan masalah adalah untuk menganalisis efektivitas dari akun Instagram @official_unpak sebagai media penyampaian informasi kegiatan akademik mahasiswa/i.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan setelah penelitian ini selesai dilakukan adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Sebagai sumbangsih pemikiran pengembangan kajian yang berkaitan dengan ilmu komunikasi khususnya pada bidang kehumasan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan dapat menambah wawasan bagi khalayak umum khususnya mahasiswa Universitas Pakuan tentang efektivitas media sosial Instagram @official_unpak dan dapat menjadi salah satu bahan rujukan atau referensi bagi penelitian yang berkaitan dengan media sosial Instagram dan kegiatan akademik mahasiswa.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Efektivitas Media Sosial

Efektivitas menurut Gibson et.al *dalam* (Bungkaes et al., 2013), merupakan penilaian yang dibuat sehubungan dengan prestasi individu, kelompok, dan organisasi. Makin dekat prestasi mereka terhadap prestasi yang diharapkan (standar), maka makin lebih efektif dalam menilai mereka. Sedangkan menurut (Bungkaes et al., 2013), efektivitas adalah hubungan antara output dan tujuan. Dalam arti lain, efektivitas adalah ukuran seberapa jauh tingkat *output*, kebijakan, dan prosedur organisasi mencapai tujuan (Nopianah, 2019). Efektivitas berasal dari kata Inggris "*effective*", yang berarti "berhasil" atau "diselesaikan dengan baik dan lancar". Kata ini juga berarti "tepat sasaran" atau "sesuai dengan rencana". Efektivitas dapat didefinisikan sebagai penetapan untuk memanfaatkan, mencapai tujuan, atau mendukung tujuan.

Efektivitas Komunikasi menurut Hardjana *dalam* (Lidara, 2022) dapat diukur oleh beberapa hal, diantaranya :

1. Penerima/pemakai pesan (*receiver or user*) seorang penerima pesan dikatakan efektif jika penerima pesan sesuai dengan penerima pesan yang menjadi sasaran atau penerima yang dituju.
2. Isi pesan (*content*) isi pesan yang diharapkan dari suatu media agar pesan tersebut efektif adalah isi pesan harus akurat, lengkap, sesuai fakta, ringkas, dan jelas.
3. Media (*media*) untuk menyampaikan pesan dari komunikator ke komunikan, pemilihan media sangat penting. Media yang memiliki kredibilitas yang tinggi memiliki kemampuan untuk menyebarkan informasi dengan cepat, mudah digunakan, dan memiliki fitur tambahan yang ditawarkan kepada mereka yang menerimanya.
4. Format (*format*) format pesan yang diharapkan dalam sebuah media agar pesan tersebut efektif adalah informasi yang disampaikan harus singkat, jelas, dan menarik.
5. Sumber pesan (*source*) sumber pesan yang dimaksud adalah kredibilitas sumber informasi. Kredibilitas sumber informasi menentukan sejauh mana penerima pesan dapat mempercayai sumber informasi tersebut.
6. Ketepatan waktu (*timing*) ketepatan waktu berarti pesan dikirimkan ke penerima tepat pada waktunya sesuai dengan kondisi atau situasi yang diukur.

Artinya bagaimana cara mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial sebagai media penyampaian informasi kegiatan akademik. Dalam penelitian ini istilah diartikan sebagai seberapa efektif akun Instagram @official_unpak sebagai media penyampaian informasi kegiatan akademik

Media sosial menurut (Nabila et al., 2020) merupakan sebuah media *online* yang beroperasi dengan bantuan teknologi berbasis *web* yang membuat perubahan dalam hal komunikasi yang dahulu hanya dapat satu arah dan berubah menjadi dua arah atau dapat disebut sebagai dialog interaktif. Meike dan Young (Lidara, 2022), mengartikan media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to share one-to-one*) dan media *public* untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu. Menurut Shirky media sosial adalah alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi,

bekerja sama diantara pengguna dalam melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional ataupun organisasi. Van Dijk mengatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna di mana mereka difasilitasi dalam melakukan aktivitas dan menjalin kerja sama (ikatan sosial).

Media sosial adalah media digital tempat realitas sosial terjadi dan ruang-waktu para penggunanya berinteraksi. Beberapa ahli yang meneliti internet melihat bahwa media sosial adalah gambaran apa yang terjadi di dunia nyata, seperti plagiarisme (Nasrullah, 2016). Media sosial memiliki karakteristik yang tidak dimiliki oleh jenis media lain. Terdapat Batasan dan fitur khusus yang hanya dimiliki oleh jejaring sosial menurut (Nasrullah, 2016), sebagai berikut :

1. Jaringan media

Media sosial terdiri dari struktur sosial yang dibangun dalam jaringan atau di Internet. Ciri khas dari jejaring sosial adalah membentuk jaringan antar pengguna, yang memungkinkan pengguna terhubung melalui mekanisme teknologi.

2. Informasi

Karena aktivitas media sosial menghasilkan konten yang memungkinkan interaksi berbasis informasi, informasi merupakan bagian penting dari platform tersebut.

3. Arsip

Arsip bagi para pengguna media sosial merupakan karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah disimpan dan dapat diakses kapan saja dan melalui perangkat apa pun pada media sosial.

4. Interaksi

Salah satu fungsi utama media sosial adalah membangun jaringan pengguna. Bentuk-bentuk sederhana yang terjadi di media sosial, seperti komentar dan lain-lain. Hal itu tidak hanya berfungsi untuk memperluas pertemanan dan menambah pengguna internet.

5. Simulasi sosial

Media sosial ditandai dengan dukungannya terhadap komunitas yang berkelanjutan di dunia maya (virtual). Selain itu, ada aturan dan peraturan yang mengatur bagaimana media sosial digunakan. Interaksi yang terjadi di jejaring sosial dapat menggambarkan peristiwa yang sebenarnya, tetapi terkadang mereka hanya simulasi yang berbeda dengan interaksi nyata.

6. Konten

Konten media sosial yang dibuat oleh pengguna dan didasarkan pada pengguna pemilik akun menunjukkan bahwa audiens di media sosial tidak hanya memproduksi konten mereka sendiri, tetapi juga melihat konten yang dibuat oleh pengguna lain.

7. Penyebaran

Penyebaran adalah karakter lain dari media sosial, tidak hanya menghasilkan dan mengonsumsi konten tetapi juga aktif menyebarkan sekaligus mengembangkan konten oleh penggunanya

2.1.2 Instagram

Instagram menjadi salah satu yang paling populer di Indonesia, menurut survei *We Are Social dalam* (Riyanto, 2021) yang dilakukan pada tahun 2021. Ini

berada di posisi ketiga paling banyak digunakan di Indonesia, setelah WhatsApp dan YouTube. Instagram adalah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna mengambil dan membagikan foto dan video. Instagram dapat diakses melalui perangkat elektronik yang terhubung ke internet, seperti komputer, *smartphone*, dan lainnya. Instagram dikenal sebagai media sosial yang dapat mengambil dan membagikan foto secara instan dan menyebarkan dengan cepat. Namanya berasal dari dua kata, "*insta*", yang berarti "instan", dan "*gram*", yang berarti "mengirimkan informasi dengan cepat."

Instagram telah diunduh oleh berbagai kelompok sosial. Aplikasi ini tidak hanya memungkinkan pengguna untuk berbagi pesan, foto, atau video, tetapi juga menawarkan berbagai pilihan untuk menerapkan *filter* atau efek digital menarik pada foto atau video. Instagram juga memiliki sistem pertemanan yang dikenal sebagai "*follow*", yang berarti "mengikuti," dan "*followers*", yang berarti "pengikut". Selama pengguna lain mengikuti akun tersebut, pengguna dapat terus menerima informasi mereka. . Aplikasi Instagram memiliki lima menu utama yang terletak pada bagian bawah yaitu sebagai berikut:

1. *Profile*

Profile pengguna dapat menyimpan semua informasi pengguna, baik pengguna individu maupun pengguna lainnya. Di menu utama di bagian paling kanan, ikon kartu nama memungkinkan Anda mengakses halaman *profile*. Jumlah foto yang telah diunggah serta jumlah pengikut dan pengikut ditampilkan dalam fitur ini.

2. *Home Page*

Home page adalah halaman utama di mana foto dan video terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti ditampilkan di timeline. Anda dapat menggeser layar dari bawah ke atas untuk melihat timeline terbaru.

3. *Explore*

Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam *Explore feed*. *Explore* menampilkan foto-foto populer yang paling disukai pengguna.

4. *Posting*

Digunakan untuk membagikan foto atau video dan berbagi informasi, Anda dapat mengunggah postingan melalui media ini. Anda dapat mengunggah postingan ke berbagai jenis platform, seperti *feed* untuk masuk ke *timeline*, cerita, yang merupakan postingan singkat selama 24 jam, atau siaran langsung.

5. *Shop*

Menu utama terbaru Instagram sekarang berfungsi sebagai platform perdagangan di mana pengguna dapat berbelanja *online* dengan menggunakannya sebagai jejaring sosial.

2.1.3 Akun Instagram @official_unpak

Akun Instagram @official_unpak merupakan salah satu media informasi *online* yang banyak memberikan informasi terkait kegiatan akademik di Universitas Pakuan. Akun yang dibuat sejak Januari 2018 dengan jumlah unggahan hingga kini per 21 Juni 2024 sebanyak 1.120 unggahan, 43.900 pengikut dan 179 mengikuti. Jumlah pengikutnya dan unggahan yang akan terus bertambah setiap harinya.

Akun Instagram @official_unpak menjadi terkenal di kalangan mahasiswa Universitas Pakuan karena menjadi media informasi *online* dalam penyampaian

informasi faktual, aktual dan bermanfaat seputar kegiatan akademik melalui unggahan Instagram *feed* atau Instagram *story*.

2.1.4 Media Penyampaian Informasi

Media penyampaian informasi menurut Sadiman *dalam* (Agustiawan & Rasmini, 2016), media secara sederhana merupakan segala bentuk alat fisik yang dapat menyajikan dan menginformasikan pesan di dalamnya sebagai alat untuk belajar. Sedangkan menurut Sobur *dalam* (Fauzan et al., 2019), media informasi sendiri dapat dikatakan sebagai alat grafis yang digunakan untuk menangkap dan memproses kembali informasi-informasi *visual*. Informasi merupakan sekumpulan data atau fakta yang diorganisasi atau diolah dengan cara tertentu sehingga mempunyai arti bagi penerima (Anggraeni Yunaeti, 2017). Media penyampaian informasi merupakan alat untuk menyampaikan informasi dari komunikator kepada komunikan melalui media yang sudah ditentukan.

2.1.5 Kegiatan Akademik

Kegiatan Akademik menurut (Nurahman, 2016) merupakan keadaan orang-orang dapat menyampaikan dan menerima gagasan, pemikiran, ilmu pengetahuan, dan sekaligus dapat diuji secara jujur, terbuka, dan leluasa. Kegiatan akademik dikenal sebagai rangkaian kegiatan pembelajaran mahasiswa sejak diterima sebagai mahasiswa di Perguruan Tinggi sampai selesai studi. Untuk menunjang pelaksanaan proses pembelajaran di tingkat sarjana strata satu (S1), digambarkan oleh suatu sistem yang dikenal sebagai Sistem Kredit Semester (SKS). Kegiatan pembelajaran pada semester satu dimulai dengan admisi dan registrasi hingga diterbitkannya Kartu Hasil Studi (KHS).

2.1.6 Mahasiswa

Mahasiswa menurut Sarwono *dalam* (Aris, 2018) adalah setiap orang yang terdaftar untuk mengikuti pelajaran di sebuah perguruan tinggi dengan batasan umur sekitar 18-30 tahun. Mahasiswa merupakan suatu kelompok dalam masyarakat yang memperoleh statusnya, karena ada ikatan dengan suatu perguruan tinggi.

2.2 Penelitian Terdahulu

Peneliti mencari sumber penelitian sebagai bahan bacaan dan pertimbangan saat menulis skripsi. Peneliti menggunakan sumber-sumber ini sebagai acuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang subjek penelitian. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang mengacu pada penelitian peneliti:

1. “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @panncafe dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar K-Pop” ditulis oleh Difdha Aurellie Belatrix Putri Sarasak dan Lusya Savitri Setyo Utami, Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas penggunaan akun media sosial akun Instagram @panncafe dalam memenuhi kebutuhan informasi penggemar K-Pop yang menjadi pengikut dari akun tersebut. Penelitian ini menggunakan beberapa penunjang teori yaitu komunikasi massa, media baru, media sosial, kebutuhan informasi, fandom, dan efektivitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan metode survei. Hasil dari penelitian ini didapati persamaan regresi linier $Y = 9.504 + 0.955X$

dengan nilai signifikan sebesar 0.000. Uji T juga menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan, yang berarti penggunaan media sosial @panncafe efektif secara signifikan dalam pemenuhan kebutuhan penggemar K-Pop.

2. “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @infoku_ sebagai Media Informasi *Online* Kota Pekanbaru” ditulis oleh Anisa Winanda Lidara, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau tahun 2022. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat ke efektifan pengguna media sosial Instagram @infoku_ sebagai media *online* Kota Pekanbaru. Dengan pengukuran menggunakan konsep efektivitas komunikasi menurut Andre Hardjana. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan Teknik pengumpulan data yaitu melalui penyebaran kuesioner online menggunakan *google form* kepada para followers dengan 100 sampel yang sudah ditentukan melalui teknik *simple random sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat efektivitas penggunaan media sosial Instagram @infoku_ sebagai media informasi *online* Kota Pekanbaru tergolong sangat efektif. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengumpulan data yang diukur dengan enam indikator yaitu penerima pesan (*receiver*) sebesar 85%, isi pesan (*content*) sebesar 90.12%, indikator media sebesar 90%, format pesan sebesar 85.8%, sumber pesan (*source*) sebesar 82.9% dan pada indikator ketepatan waktu (*timing*) sebesar 88.1%.
3. “Efektivitas Penggunaan Media Sosial @Kemendagri Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Publik (Survei Pada Pengikut Akun Instagram @Kemendagri)” ditulis oleh Novita Olivia dan Farid Rusdi tahun 2022. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas penggunaan media sosial @Kemendagri dalam memenuhi kebutuhan informasi *public*. Teori dalam penelitian ini adalah kepuasan dan penggunaan yang menjelaskan bahwa individu dapat memilih media untuk pemenuhan kebutuhannya melalui media tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, metode survei dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner kepada 100 sampel yang ditentukan melalui *probability sampling* dan *simple random sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil yang diperoleh koefisien korelasi menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel X dan variabel Y. Dari hasil koefisien determinasi kontribusi variabel X terhadap variabel Y sebesar 54,2%. Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir, juga disebut sebagai kerangka pemikiran, adalah dasar yang dibangun untuk penelitian yang didasarkan pada fakta, observasi, dan penelitian kepustakaan. Kerangka berpikir mengandung teori, dalil, atau konsep yang akan digunakan sebagai dasar penelitian. Menurut McGaghie *dalam* (Priyanto & Sudrartono, 2021), kerangka pemikiran adalah proses melakukan pengaturan dan melakukan penyajian pertanyaan dalam penelitian dan mendorong penyelidikan atas permasalahan yang menyajikan permasalahan dan konteks penyebab peneliti melaksanakan studi tersebut. Pada penelitian ini hanya meneliti satu variabel, karena peneliti ingin berfokus pada seberapa besar tingkat efektivitas pada akun

Instagram @official_unpak sebagai media penyampaian informasi kegiatan akademik yang diukur dengan teori Efektivitas Komunikasi menurut Hardjana.

Dalam penelitian ini kerangka berpikir ialah:

Kerangka Berpikir

Efektivitas Akun Instagram
@official_unpak sebagai Media
Penyampaian Informasi Kegiatan
Akademik

1. Penerima pesan
2. Isi pesan
3. Media komunikasi
4. Format pesan
5. Sumber pesan
6. Ketepatan waktu

(Hardjana *dalam* Nopianah, 2019)

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis menurut (Sugiyono, 2016) merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dan didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis dalam penelitian ini adalah bagaimana efektivitas akun Instagram @official_unpak sebagai media penyampaian informasi kegiatan akademik mahasiswa. Berikut hipotesis pada penelitian ini:

Ho: Hipotesis penelitian efektivitas akun Instagram @official_unpak sebagai media penyampaian informasi akademik, jika memiliki nilai kurang dari 60% adalah kurang efektif.

Ha: Hipotesis penelitian efektivitas akun Instagram @official_unpak sebagai media penyampaian informasi akademik, jika memiliki nilai lebih dari 60% adalah efektif.

Hipotesis diatas diukur dengan indikator efektivitas komunikasi menurut Hardjana, Berikut indikator efektivitas komunikasi:

1. Penerima pesan

Penerima pesan dalam penelitian ini ialah mahasiswa Universitas Pakuan 2020 yang mengikuti akun Instagram @official_unpak.

2. Isi pesan

Dalam penelitian ini isi pesan yang diukur ialah unggahan dari akun Instagram @official_unpak tentang kegiatan akademik di Universitas Pakuan harus akurat, lengkap, sesuai fakta, ringkas, dan jelas.

3. Media Komunikasi

Dalam penelitian ini media komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada penerima ialah menggunakan akun Instagram @official_unpak yang memiliki kredibilitas tinggi dalam menyebarkan

informasi dengan cepat, mudah digunakan, dan memiliki fitur tambahan yang ditawarkan kepada penerima pesan.

4. Format pesan

Dalam penelitian ini format pesan yang diukur ialah informasi yang disampaikan melalui akun Instagram @official_unpak harus singkat, jelas, dan menarik.

5. Sumber pesan

Dalam penelitian ini sumber pesan yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada mahasiswa Universitas 2020, ialah akun Instagram @official_unpak dapat dipercaya kredibilitas sumber informasi dalam menyampaikan pesan tentang kegiatan akademik di Universitas Pakuan.

6. Ketepatan waktu

Dalam penelitian ini ketepatan waktu yang diukur ialah pada saat akun Instagram @official_unpak tepat waktu dalam mengunggah informasi kegiatan akademik yang ditujukan untuk mahasiswa Universitas Pakuan.

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Untuk mencapai kesimpulan yang dapat digeneralisasikan dalam konteks waktu, tempat, dan situasi tertentu. Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang menjawab masalah penelitian memerlukan pengukuran yang cermat terhadap variabel-variabel subjek penelitian. Menurut (Sugiyono, 2016) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dengan menganalisis data kuantitatif atau statistik. Sedangkan, metode penelitian deskriptif kuantitatif bertujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena, peristiwa, gejala, dan kejadian yang terjadi secara faktual, sistematis, serta akurat (Sugiyono, 2016).

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa pendekatan kuantitatif deskriptif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis melalui penggambaran fenomena secara sistematis dan faktual. Pendekatan ini menggunakan analisis data statistik yang akurat dan terukur untuk menghasilkan deskripsi objektif tentang karakteristik suatu populasi atau fenomena tertentu. Dalam prosesnya, peneliti mengumpulkan data numerik, mengolahnya dengan teknik statistik yang sesuai, dan menyajikan hasilnya dalam bentuk yang mudah dipahami, seperti tabel, grafik, atau narasi yang didukung oleh angka-angka. Tujuan akhirnya adalah untuk memberikan gambaran yang komprehensif dan dapat diverifikasi tentang subjek penelitian, sambil menguji kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur efektivitas akun Instagram @official_unpak sebagai media penyampaian informasi kegiatan akademik.

3.2 Lokasi dan Waktu

Penelitian dilakukan pada mahasiswa 2020 di Universitas Pakuan yang terletak di Jalan Pakuan, RT.02/RW.06, Tegallega, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat. Penelitian dilakukan pada bulan November 2023 hingga bulan Juni 2024.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2020) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Berdasarkan definisi di atas populasi pada penelitian ini merupakan seluruh mahasiswa Universitas Pakuan angkatan 2020 yang berjumlah 19.527 mahasiswa (Pakuan, 2020).

3.3.2 Sampel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2016) sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Maka peneliti menggunakan sampel yang berasal dari populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2016). Dari berbagai jenis *probability sampling* peneliti menggunakan teknik penarikan sampel menggunakan teknik *incidental sampling*, merupakan metode penentuan sampel yang didasarkan pada kebetulan. Dengan kata lain, setiap orang yang bertemu dengan peneliti secara kebetulan dapat digunakan sebagai sampel jika dianggap bahwa orang tersebut cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2016). Dalam menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus *Slovin* karena jumlah populasi pada penelitian ini sudah diketahui. Pengambilan sampel dengan rumus *Slovin* dapat dirumuskan sebagai berikut (Siregar, 2013) :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan : n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel yang ditoleransi.

(Peneliti menggunakan tingkat kesalahan 10% atau 0,1), Berdasarkan rumus tersebut dapat diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ &= \frac{19.527}{1 + 19.527 (0,1)^2} \\ &= \frac{19.527}{1 + 195,27} \end{aligned}$$

$$= \frac{19.527}{196,27}$$

$$= 99,5 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, didapatkan jumlah sampel dari populasi yang diteliti berjumlah 100 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini, yaitu:

1. Kuesioner/angket

Angket atau kuesioner menurut (Sugiyono, 2016) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Tipe pertanyaan dalam angket dibagi menjadi dua, yaitu: terbuka dan tertutup. Dalam penelitian ini peneliti memberikan kuesioner yang berkaitan dengan penelitian kepada mahasiswa Universitas Pakuan 2020 dalam bentuk *google form*.

2. Observasi

Observasi menurut Nasution *dalam* (Sugiyono, 2019) merupakan kondisi dimana dilakukannya pengamatan secara langsung oleh peneliti agar lebih mampu memahami konteks data dalam keseluruhan situasi sosial sehingga dapat diperoleh pandangan yang *holistic* (menyeluruh). Dalam penelitian ini observasi dilakukan dengan pengamatan secara langsung oleh peneliti terhadap objek yang akan diteliti.

3. Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah teknik pengumpulan data sekunder mengenai objek dan lahan penelitian yang bersumber tertulis seperti skripsi, jurnal, arsip-arsip, tulisan-tulisan terdapat di internet, dan data lain yang mendukung analisis penelitian (Lestari, 2020).

4. Wawancara

Wawancara menurut (Kriyantono, 2020) merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data dan informasi agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan mewawancarai beberapa responden yang ditujukan untuk mengisi kuesioner yang diberikan oleh peneliti.

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Data

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas menurut (Sugiyono, 2016) merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subjek penelitian. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner yang disusun pada penelitian ini dibuat berdasarkan teori tentang variabel yang diteliti dalam penelitian.

Pada program SPSS teknik pengujian yang digunakan untuk uji validitas ialah menggunakan rumus *Product Moment Pearsion*, yaitu :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah responden

X = Skor masing – masing pertanyaan

Y = Skor Total

Berdasarkan rumus di atas, untuk menentukan item layak atau tidak digunakan maka batas minimal korelasi yang digunakan ialah 0,3 sehingga item yang memiliki koefisien di bawah 0,3 dianggap tidak valid Priyatsama *dalam* (Lestari, 2020).

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten terhadap gejala yang sama dan dengan alat ukur yang sama dua kali atau lebih. Uji reliabilitas instrument penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Menurut (Sugiyono, 2019) suatu instrument dinyatakan reliabel bila koefisien reliabilitas minimal 0,6. Jika instrument alat ukur memiliki nilai *Alpha Cronbach* < 0,6 maka alat ukur tersebut tidak reliabel.

Istilah reliabilitas berasal dari kata dapat dipercaya Hastono *dalam* (Lestari, 2020). Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran dapat dipercaya atau dapat diandalkan menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum o \frac{2}{b}}{o \frac{2}{t}} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas Kuesioner

k = Banyak Butir Pertanyaan

$o \frac{2}{b}$ = Varian Total

$o \frac{2}{t}$ = Jumlah Varian Butir

Adapun tingkat reliabilitas berdasarkan nilai alpha, yaitu :

Tabel 3.2 Tingkat Reliabilitas

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,20	Sangat Tidak Reliabel
>0,20 – 0,40	Kurang Reliabel
>0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
>0,60 – 0,80	Reliabel
>0,80-1,00	Sangat Reliabel

Sumber: (Arikunto, 2018)

3.6 Uji Normalitas

Menurut (Sugiyono, 2016) uji normalitas digunakan untuk mengkaji kenormalan variabel yang diteliti apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* memiliki ketentuan apabila data memiliki distribusi normal jika nilai signifikansi di atas 5% atau 0,05, dan jika nilai signifikansi di bawah 5% atau 0,05, maka data tidak memiliki distribusi normal. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan uji normalitas dengan aplikasi SPSS Statistic.

$$KD = 1.36 \frac{\sqrt{n_1 + n_2}}{n_1 n_2}$$

Keterangan :

KD : Jumlah *Kolmogorov-Smirnov* yang dicari

n_1 = Jumlah sampel yang diperoleh

n_2 = Jumlah sampel yang diharapkan

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengelompokkan data berdasarkan jenis dan variabel responden, membuat tabulasi berdasarkan variabel dari semua responden, menampilkan data untuk setiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diusulkan (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif, merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan menggambarkan atau mendeskripsikan data yang dikumpulkan tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Menurut Bungin dalam (Herlina, 2017) Penelitian kuantitatif dengan format deskriptif bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang tumbuh di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *t-test one sample* Bungin dalam (Lestari, 2020). *T-test one sample*

merupakan teknik analisis untuk membandingkan satu variabel bebas dengan rumus, yaitu:

$$t = \frac{\bar{x} - \mu_0}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

Keterangan:

t = nilai t yang dihitung

$\bar{x}$ = nilai rata – rata

μ = nilai yang dihipotesiskan

s = simpangan baku sampel

n = jumlah anggota sampel

Pada penelitian ini, menggunakan Teknik pengukuran data dengan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016) Pada skala *Likert* umumnya menggunakan 5 pilihan jawaban, namun dalam penelitian ini hanya menggunakan 4 pilihan jawaban. Hal ini dilakukan untuk menghindari jawaban keragu-raguan dari responden.

Tabel 3.3 Skala Likert

No	Kode	Keterangan	Skor Positif	Skor Negatif
1	SS	Sangat Setuju	4	1
2	S	Setuju	3	2
3	TS	Tidak Setuju	2	3
4	STS	Sangat Tidak Setuju	1	4

Sumber: (Sugiyono, 2020)

Berikut adalah tabel *range* presentase efektivitas menurut Kriyanto *dalam* (Lestari, 2020).

Tabel 3.4 Presentase Efektivitas Komunikasi

No	Presentase	Keterangan
1	0% - 20%	Sangat Tidak Efektif
2	21% - 40%	Tidak Efektif
3	41% - 60%	Cukup Efektif
4	61% - 80%	Efektif
5	81% - 100%	Sangat Efektif

Sumber: (Kriyanto, 2011 *dalam* Lestari, 2021)

Metode rata-rata skor yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui persepsi responden terhadap pernyataan-pernyataan yang diberikan dalam bentuk

kuesioner. Berikut Langkah-langkah metode rata-rata menurut Umar *dalam* (Lestari, 2020) sebagai berikut :

1. Mengelompokkan frekuensi jawaban berdasarkan bobot skala kuesioner.
2. Melakukan perhitungan skor dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Skor} = \sum (\text{Frekuensi Jawaban} \times \text{Bobot Skala})$$
3. Frekuensi jawaban didapatkan dari mengelompokkan jawaban yang sama, kemudian dikalikan dengan skala, kemudian masing-masing kelompok tersebut dijumlahkan, dari Langkah-langkah tersebut diperoleh jumlah skor.
4. Mencari rata-rata skor yang akan didapatkan dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Nilai Rataan Skor} = \frac{\text{Skor}}{\text{Jumlah Responden}}$$

5. Menerjemahkan rata-rata skor persepsi ke dalam rentang kriteria, rumus rentang kriteria adalah sebagai berikut :

$$\text{RK} = \frac{(m-n)}{k}$$

Keterangan :

RK = Rentang Kriteria

m = Skala jawaban terbesar

n = Skala jawaban terkecil

k = Jumlah kelas

Pada penelitian ini nilai m yang akan dihitung rentang kriterianya adalah 4, nilai n adalah 1 dan nilai k adalah 4. Berdasarkan data di atas, maka didapatkan rentang kriteria persepsi sebagai berikut :

$$\text{RK} = (4 - 1)/4 = 0,75$$

Berikut rentang kriteria nilai rata-rata yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan variabel penelitian.

Tabel 3.5 Rentang Kriteria Nilai Rataan Skala Likert

Skala Skor	Keterangan Skor
1,00 – 1,75	Rendah
1,76 – 2,60	Sedang
2,61 – 3,40	Tinggi
3,41 – 4,20	Sangat Tinggi

Sumber : Data Primer, 2024

3.8 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan mendefinisikan variable secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati, yang memungkinkan peneliti untuk

melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena (Nurdin & Hartati, 2019).

1. Penerima pesan
Penerima pesan dalam penelitian ini ialah mahasiswa Universitas Pakuan 2020 yang mengikuti akun Instagram @official_unpak.
2. Isi pesan
Dalam penelitian ini isi pesan yang diukur ialah unggahan dari akun Instagram @official_unpak tentang kegiatan akademik di Universitas Pakuan harus akurat, lengkap, sesuai fakta, ringkas, dan jelas.
3. Media Komunikasi
Dalam penelitian ini media komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada penerima ialah menggunakan akun Instagram @official_unpak yang memiliki kredibilitas tinggi dalam menyebarkan informasi dengan cepat, mudah digunakan, dan memiliki fitur tambahan yang ditawarkan kepada penerima pesan.
4. Format pesan
Dalam penelitian ini format pesan yang diukur ialah informasi yang disampaikan melalui akun Instagram @official_unpak harus singkat, jelas, dan menarik.
5. Sumber pesan
Dalam penelitian ini sumber pesan yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada mahasiswa Universitas 2020, ialah akun Instagram @official_unpak dapat dipercaya kredibilitas sumber informasi dalam menyampaikan pesan tentang kegiatan akademik di Universitas Pakuan.
6. Ketepatan waktu
Dalam penelitian ini ketepatan waktu yang diukur ialah pada saat akun Instagram @official_unpak tepat waktu dalam mengunggah informasi kegiatan akademik yang ditujukan untuk mahasiswa Universitas Pakuan.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Universitas Pakuan

Universitas Pakuan (UNPAK) merupakan kelanjutan dari Universitas Bogor (Unbo) yang berkiprah selama hampir dua dekade sampai dengan tahun 1980. Beberapa perguruan tinggi swasta pada tahun 1977 berfusi dengan universitas ini yaitu Akademi Pariwisata, IKIP PGRI, Akademi Bahasa Asing, Akademi Sekretaris Manajemen Internasional dan Akademi Ilmu Agama Islam dengan badan penyelenggara Yayasan Perguruan Tinggi Bogor (YPTB). Tanggal 1 November 1980, Universitas Bogor secara resmi berganti nama menjadi Universitas Pakuan di bawah Yayasan Kartika Siliwangi Pembina Universitas Pakuan (YKS-PUP), yayasan baru yang dibentuk oleh Yayasan Kartika Siliwangi sebagai pengganti YPTB seperti tersurat dalam Surat Keputusan No. Skep/27/YKS/VIII-A/10/1980. Perubahan nama ini disahkan oleh Notaris Mohamad Adam, S.H.

Gambar 4.1 Gedung Universitas Pakuan Bogor



(Sumber : <https://s3mp-pasca.unpak.ac.id/>, 2024)

Tahun 1980 Unpak memiliki 4 (empat) fakultas, yaitu: Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, dan Fakultas Sastra. Satu tahun kemudian dibuka Fakultas Teknik dan Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam serta Program Diploma 1 Teknik Survei Lahan dan Pemetaan; pada saat itu ada 14 (empat belas) jurusan. Sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. No. 00330/0/1984, jumlah jurusan di lingkungan Unpak mengalami perubahan, dan menjadi 21 (dua puluh satu) jurusan pada tahun 1997. Berdasarkan keputusan rapat Badan Pengurus YKS-PUP tanggal 23 Oktober 2002 yang dikukuhkan dengan Akta Notaris Ny. Supiah Nurbaiti, S.H. No. 6 tanggal 2 November 2002, YKS-PUP berubah nama menjadi Yayasan Pakuan Siliwangi (YPS). Yayasan baru ini telah melepaskan diri dari hubungan organisatoris dengan Yayasan Kartika Siliwangi di Bandung. Pada tahun 2007 ini telah diperbaharuinya ijin operasional penyelenggaraan Program Studi di

lingkungan Universitas Pakuan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (DIKTI) sebanyak 24 Program Studi, sehingga 100 % Program Studi di Universitas Pakuan telah memiliki ijin operasional.

Tahun yang sama Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi telah mengeluarkannya ijin operasional penyelenggaraan Program Studi Baru yaitu program studi Manajemen (S2), Pendidikan Guru Sekolah Dasar (S1), Manajemen Keuangan dan Perbankan (D3), Teknik Komputer (D3), Manajemen Informatika (D3). Pada tahun 2008 Fakultas Sastra membuka Program Studi baru yaitu Ilmu Komunikasi (S1). Hingga saat ini Universitas Pakuan memiliki Program Pascasarjana (S2) dengan 4 (empat) Program Studi yaitu Manajemen Pendidikan, Pendidikan Kependudukan dan Lingkungan Hidup, Ilmu Hukum dan Magister Manajemen. Program Sarjana (S1) dan Program Diploma III (D3) yang tergabung dalam 6 (enam) fakultas yaitu : Hukum, Ekonomi, Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Sastra, Teknik dan Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (Pakuan, 2024).

4.1.2 Logo Universitas Pakuan

Gambar 4.2 Logo Universitas Pakuan



(Sumber: <https://www.unpak.ac.id/profil/identitas/logo-unpak>, 2024)

Makna dari logo Universitas Pakuan :

1. Piramida beraturan atau meru berwarna hijau yang melambangkan orientasi kejiwaan kepada “Yang Maha Tinggi”.
2. Seuntai bunga tanjung berwarna putih terdiri atas 11 kuntum bunga yang terletak di atas meru, menunjukkan bulan berdirinya Universitas Pakuan yaitu bulan November. Untaian bunga tanjung tersebut dimahkotai sekuntum bunga tanjung yang menunjukkan tanggal berdirinya Universitas Pakuan yaitu tanggal 1 (satu).
3. Tanjung mempunyai arti “selalu maju” yang melambangkan cita-cita agar semua unsur sivitas akademika dan alumni dapat mengharumkan nama Universitas Pakuan.
4. Dua tangkai daun paku berwarna hijau, masing-masing tangkai terdiri atas sepuluh helai daun paku, sebelah kanan dan kiri meru, kedua pangkalnya disatukan dan diikat empat belit pita putih. Kedua tangkai daun paku tersebut melambangkan kehidupan lahir batin. Dua tangkai daun paku

masing-masing terdiri atas sepuluh helai daun paku dan empat belit pita putih menunjukkan tahun berdirinya Universitas Pakuan yaitu : $10 \times 2 \times 4 = 80$, representasi dari tahun 1980.

5. Pita putih mengikat kedua tangkai daun paku melambangkan ikatan suci antara semua sivitas akademika.
6. Huruf-huruf UNIVERSITAS PAKUAN yang mengelilingi motif lambing merupakan identitas pemilik lambang.
7. Dua kuntum roseta putih sebagai pelengkap huruf yang melingka, yang memiliki empat helai daun bunga melambangkan bahwa pada tahap permulaan Universitas Pakuan mempunyai empat fakultas.
8. Perisai segi lima beraturan yang hamper bulat sebagai bentuk dasar lambang, melambangkan alat mempertahankan diri dan alat perjuangan harga diri, serta Negara Kesatuan Republik Indonesia yang bangsanya menganut falsafah hidup Pancasila.
9. Warna kuning melambangkan ilmu pengetahuan, intelegensia, kebijakan, dan keangungan.
10. Warna hijau melambangkan harapan hidup sejahtera dan kehidupan yang diidentikkan dengan keadaan lingkungan, kesuburan serta warna alam Bogor dan Jawa Barat.
11. Warna putih melambangkan kesucian hati yang bersih, dan pikiran yang jernih.

4.1.3 Visi Universitas Pakuan

Universitas Pakuan menjadi perguruan tinggi yang unggul, mandiri, dan berkarakter pada tahun 2038.

4.1.4 Misi Universitas Pakuan

1. Menyelenggarakan proses pendirian dan pengajaran yang unggul, untuk menghasilkan lulusan berdaya saing tinggi pada skala nasional, maupun internasional.
2. Menciptakan suasana akademik yang mengembangkan karakter kejujuran, kedisiplinan, kemampuan bekerjasama, integritas, loyalitas, bertanggungjawab, dan toleransi.
3. Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan yang berorientasi pada publikasi ilmiah nasional, dan internasional bereputasi.
4. Menyelenggarakan pengabdian pada masyarakat berdasarkan hasil-hasil penelitian, untuk meningkatkan kualitas dan kesejahteraan masyarakat Indonesia.
5. Menyelenggarakan proses pendidikan yang bermutu dan dipercaya masyarakat, dengan berpedoman pada sistem penjaminan mutu perguruan tinggi nasional, maupun internasional.

4.1.5 Tujuan Universitas Pakuan

Mengacu pada visi dan misi Universitas Pakuan, penyelenggaraan pendidikan di Universitas Pakuan *dalam* (Pakuan, 2023) bertujuan untuk :

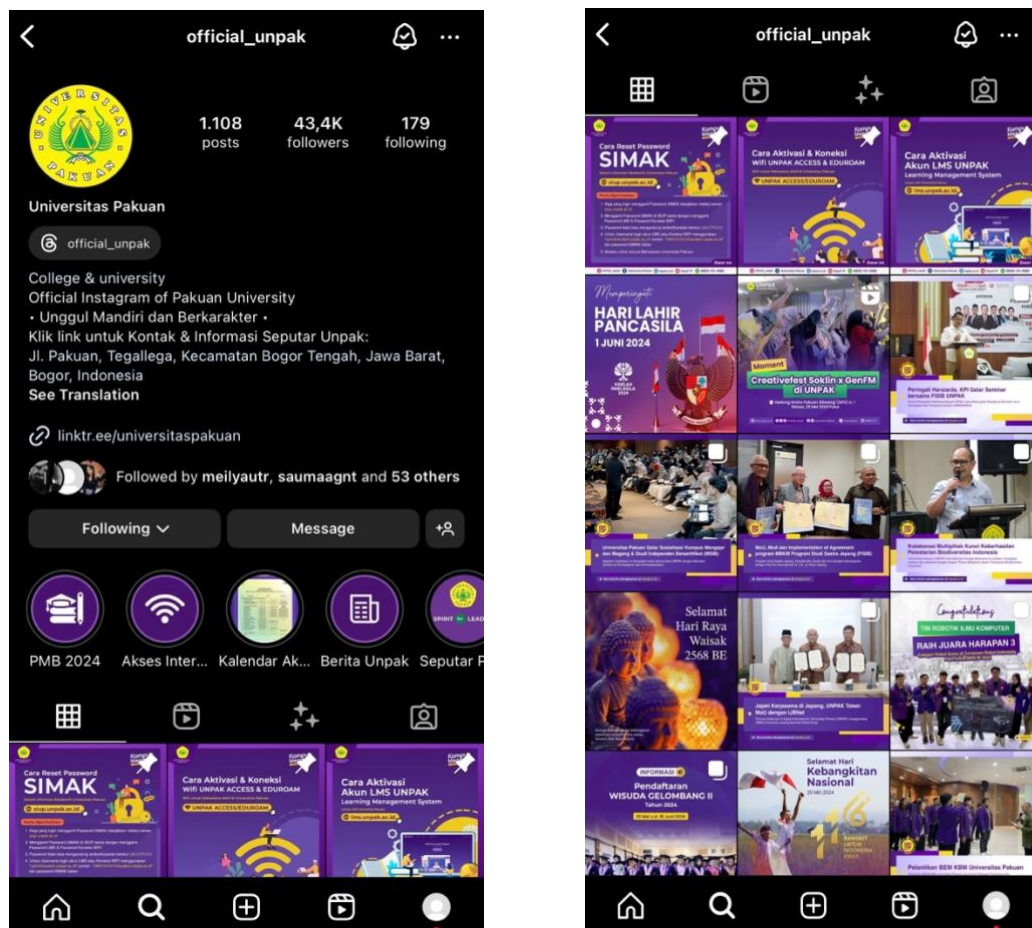
1. Menghasilkan lulusan berdaya saing tinggi pada skala nasional maupun internasional, melalui sistem pendidikan, pengajaran, bimbingan, serta pelatihan secara intensif.
2. Menghasilkan suasana akademik kampus yang memungkinkan tumbuh berkembangnya nilai-nilai kejujuran, kedisiplinan, kemampuan bekerjasama, integritas, loyalitas, tanggungjawab, dan toleransi.
3. Menghasilkan karya ilmiah dan penelitian bermutu, yang berorientasi pada publikasi ilmiah nasional dan internasional bereputasi.
4. Menghasilkan karya pengabdian pada masyarakat yang menerapkan hasil-hasil penelitian.
5. Menghasilkan proses pendidikan yang bermutu, sesuai standar penjaminan mutu nasional maupun internasional.

4.1.6 Tampilan Fisik Instagram Universitas Pakuan

Profil Instagram @official_unpak

Instagram Feed @official_unpak

Gambar 4.3 Profile Akun Instagram @official_unpak



(Sumber: Data Primer, 2024)

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas

No pernyataan	r hitung	r tabel 5%	Keterangan
1	0,665	0,361	VALID
2	0,683	0,361	VALID
3	0,713	0,361	VALID
4	0,575	0,361	VALID
5	0,665	0,361	VALID
6	0,412	0,361	VALID
7	0,613	0,361	VALID
8	0,571	0,361	VALID
9	0,611	0,361	VALID
10	0,380	0,361	VALID
11	0,770	0,361	VALID
12	0,579	0,361	VALID
13	0,632	0,361	VALID
14	0,718	0,361	VALID
15	0,778	0,361	VALID
16	0,779	0,361	VALID

(Sumber: Hasil pengolahan data, 2024)

Untuk menentukan item layak atau tidak digunakan maka ditentukan batas minimal korelasi yang digunakan ialah 0,3 sehingga item yang memiliki koefisien di bawah 0,3 dianggap tidak valid Priyatsama *dalam* (Lestari, 2020). Nilai r tabel untuk N=30 pada signifikansi 5%, ditemukan nilai r tabel sebesar 0,361. Hasil uji validitas semua item pernyataan memiliki nilai >0,361. Berdasarkan tabel hasil uji validitas semua item pernyataan tentang Efektivitas Akun Instagram sebagai Media Penyampaian Informasi Kegiatan Akademik (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Pakuan 2020) dinyatakan valid.

4.3 Hasil Uji Reliabilitas

Gambar 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.901	16

(Sumber: Hasil pengolahan data, 2024)

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten terhadap gejala yang sama dan dengan alat ukur yang sama dua kali atau lebih. Uji reliabilitas instrument penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Menurut (Sugiyono, 2019) suatu instrument dinyatakan reliabel bila

koefisien reliabilitas minimal 0,6. Berdasarkan tingkat reliabilitas, nilai *Alpha Cronbach* di atas sebesar 0.901 lebih besar dari koefisien reliabilitas minimal sebesar 0,6 dinyatakan reliabel, maka dapat disimpulkan semua instrument penelitian tentang Efektivitas Akun Instagram sebagai Media Penyampaian Informasi Kegiatan Akademik (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Pakuan 2020) yang diajukan kepada responden sangat reliabel.

4.4 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji normalitas digunakan untuk mengkaji kenormalan variabel yang diteliti apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak (Sugiyono, 2016). Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menggunakan aplikasi SPSS *Statistic*.

Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			VAR00001
N			16
Normal Parameters ^{a, b}	Mean		.6340
	Std. Deviation		.11637
Most Extreme Differences	Absolute		.169
	Positive		.106
	Negative		-.169
Test Statistic			.169
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.245
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.234
		Upper Bound	.256

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

(Sumber: Hasil pengolahan data, 2024)

Dari hasil pengujian normalitas dengan rumus *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* ditunjukkan hasil uji normalitas dengan jumlah 0.245. Nilai signifikansi menunjukkan angka hasil uji normalitas lebih besar dari nilai signifikansi yang digunakan yaitu 5% atau 0,05. Menunjukkan bahwa variabel yang diteliti tentang Efektivitas Akun Instagram sebagai Media Penyampaian Informasi Kegiatan Akademik (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Pakuan 2020) terdistribusi dengan normal.

4.5 Sebaran Data Karakteristik Responden

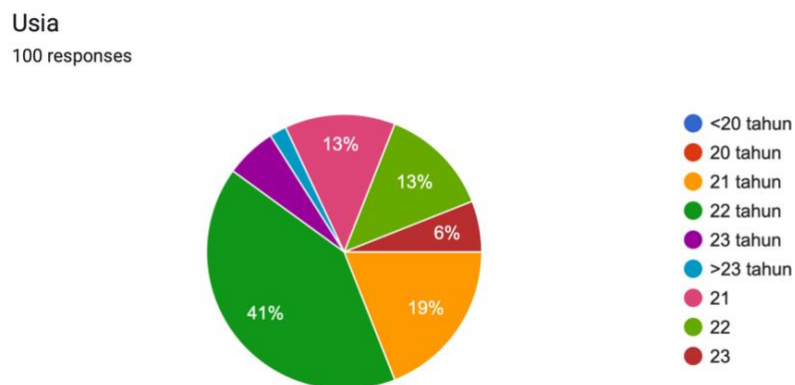
Sebaran data ini merupakan hasil dari kuesioner yang telah disebar oleh peneliti kepada 100 orang responden yang merupakan mahasiswa Universitas Pakuan 2020. Penyebaran kuesioner ini dilakukan oleh peneliti pada Mei 2024. Pada bagian ini memaparkan data mengenai identitas karakteristik mahasiswa

yang terdiri dari tiga indikator yaitu usia, jenis kelamin, dan media sosial yang digunakan.

1. Responden berdasarkan usia

Pada penelitian ini dari 100 responden yang mengisi kuesioner, terdapat responden yang berusia 21 tahun 32 orang (32%), usia 22 tahun 54 orang (54%), usia 23 tahun 12 orang (12%), dan usia >23 tahun 2 orang (2%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Universitas Pakun 2020 berusia 21 tahun dan 22 tahun.

Gambar 4.7 Usia Responden

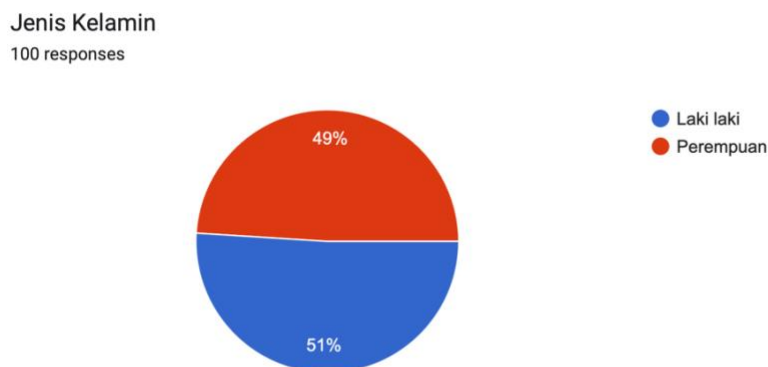


(Sumber: Data Primer, 2024)

2. Responden berdasarkan jenis kelamin

Pada penelitian ini dari 100 orang responden yang mengisi kuesioner, terdapat 49 responden perempuan (49%) dan 51 responden laki-laki (51%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Universitas Pakuan 2020 yang mengisi kuesioner adalah laki-laki.

Gambar 4.8 Jenis Kelamin Responden

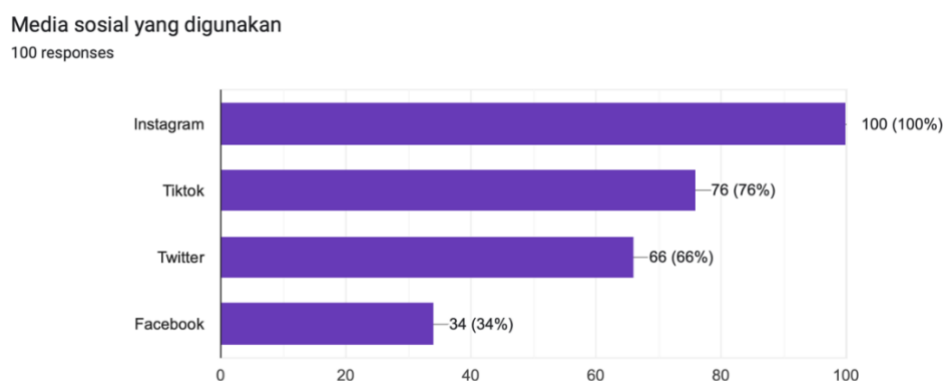


(Sumber: Data Primer, 2024)

3. Responden berdasarkan media sosial yang digunakan

Pada penelitian ini dari 100 orang responden yang mengisi kuesioner, terdapat 100 responden yang menggunakan Instagram (100%), 76 responden yang menggunakan Tiktok (76%), 66 responden yang menggunakan Twitter (66%), dan 34 responden yang menggunakan Facebook (34%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Universitas Pakuan 2020 menggunakan media sosial Instagram.

Gambar 4.9 Media Sosial yang Digunakan Responden



(Sumber: Data Primer, 2024)

4.6 Efektivitas Akun Instagram @official_unpak sebagai Media Penyampaian Informasi Kegiatan Akademik

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *t-test one sample* untuk menguji hipotesis penelitian. Peneliti memiliki hipotesis penelitian Efektivitas Akun Instagram @official_unpak sebagai Media Penyampaian Informasi Kegiatan Akademik memiliki nilai presentase efektivitas komunikasi paling tinggi 60%. Pengujian hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui tingkat signifikansi dari hipotesis yang diajukan.

Pada penelitian ini dalam menjawab rumusan masalah pada penelitian ini yaitu seberapa besar efektivitas komunikasi pada akun Instagram @official_unpak. Analisis dapat dilihat dari beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur efektivitas komunikasi. Dalam penelitian ini, peneliti memaparkan dalam bentuk tabel yang disertai dengan penjelasan dan kesimpulan dari hasil jawaban responden berdasarkan pernyataan yang telah dibuat oleh peneliti. Item pada pernyataan dibuat dalam bentuk kuesioner yang disusun secara sistematis sesuai dengan indikator pernyataan. Pada penelitian ini menggunakan Skala *Likert* untuk pilihan jawaban pada kuesioner, yang terdiri dari empat jawaban untuk menghindari keragu-raguan responden saat menjawab pernyataan. Pilihan jawaban terdiri dari SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), dan STS (Sangat Tidak Setuju).

Berikut hasil kuesioner dari masing-masing indikator pada penelitian ini.

Tabel 4.7 Sebaran Indikator Penerima pesan

No	Pernyataan	Jumlah		Nilai	Rata-rata	Keterangan
		Ya	Tidak			
P1	Saya mengikuti akun Instagram @official_unpak	100	0	100	-	Sangat Tinggi

(Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, 2024)

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat disimpulkan bahwa hasil dari jawaban responden terhadap semua pernyataan yang diajukan mengenai indikator penerima pesan sangat tinggi. Hal ini terjadi karena mahasiswa Universitas Pakuan angkatan 2020 memiliki sejumlah alasan kuat untuk mengikuti akun Instagram resmi universitas mereka, @official_unpak. Pertama, akun tersebut merupakan sumber informasi terpercaya dan terkini mengenai berbagai kegiatan, pengumuman, dan kebijakan kampus yang sangat relevan bagi kehidupan akademik mereka. Di tengah era digital ini, platform media sosial menjadi sarana komunikasi yang efektif antara institusi pendidikan dan mahasiswanya. Kedua, dengan mengikuti akun resmi universitas, mahasiswa dapat membangun rasa kebanggaan dan keterikatan dengan almamater mereka, sekaligus memperkuat identitas sebagai bagian dari komunitas Universitas Pakuan. Ketiga, konten-konten yang dibagikan melalui akun Instagram resmi sering kali mencakup prestasi mahasiswa dan dosen yang dapat menginspirasi dan memotivasi mahasiswa angkatan 2020 untuk berprestasi. Selain itu, informasi mengenai kesempatan magang, beasiswa, atau program pertukaran pelajar yang diumumkan melalui akun tersebut dapat membuka peluang pengembangan diri bagi para mahasiswa. Terakhir, fitur interaktif seperti komentar dan pesan langsung memungkinkan mahasiswa untuk terlibat dalam dialog konstruktif dengan pihak universitas, memberikan umpan balik, atau mengajukan pertanyaan penting terkait studi mereka. Dengan demikian, mengikuti @official_unpak bukan sekadar tren, melainkan langkah strategis bagi mahasiswa angkatan 2020 untuk tetap terkoneksi, terinformasi, dan terlibat aktif dalam dinamika kehidupan kampus Universitas Pakuan.

Tabel 4.8 Sebaran Indikator Isi Pesan

No	Pernyataan	Jumlah				Nilai	Rata-rata	Keterangan
		1	2	3	4			
P1	Unggahan dari akun Instagram @official_unpak akurat dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik	0	5	25	70	3,65	3,58	Sangat Tinggi
P2	Unggahan dari akun Instagram @official_unpak lengkap dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik	0	3	39	58	3,55		
P3	Unggahan dari akun Instagram @official_unpak berdasarkan fakta dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik	0	2	33	65	3,63		
P4	Unggahan dari akun Instagram @official_unpak ringkas dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik	0	2	43	55	3,53		
P5	Unggahan dari akun Instagram @official_unpak jelas dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik	0	4	36	60	3,56		

(Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, 2024)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, dapat disimpulkan bahwa hasil dari jawaban responden terhadap semua pernyataan yang diajukan mengenai indikator isi pesan sangat tinggi. Hasil rata-rata skor penelitian pada indikator isi pesan adalah 3,58 nilai tersebut lebih besar dari nilai rentang kriteria sebesar $3,58 > 0,75$, nilai tersebut termasuk ke dalam rentang kriteria sangat tinggi. Kemudian dilakukan analisis secara keseluruhan $4 \times 5 \times 100 = 2000$ (4 = nilai tertinggi dari setiap jawaban

pernyataan yang diajukan kepada responden, 5 = jumlah pernyataan yang diajukan kepada responden, dan 100 = jumlah sampel yang dijadikan sebagai responden). Hasil skor penelitian adalah 17,92, dengan itu efektivitas isi pesan adalah sebesar $17,92 : 2000 = 0,89$ atau 89% dimana lebih besar dari hipotesis penelitian yaitu 60%. Berdasarkan tabel presentase efektivitas komunikasi termasuk ke dalam kategori sangat efektif. Berdasarkan pengamatan secara langsung di lapangan yang dilakukan oleh peneliti, hal yang terjadi sesuai dengan hasil sebaran kuesioner di mana unggahan dari akun Instagram @official_unpak yang mengandung isi pesan tentang kegiatan akademik memiliki nilai efektivitas yang tinggi, karena unggahan dari akun Instagram @official_unpak akurat dalam menyampaikan informasi kegiatan akademik yang diunggah langsung oleh admin akun Instagram @official_unpak, akun Instagram @official_unpak telah menunjukkan keakuratan yang konsisten dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik. Hal ini terlihat dari beberapa faktor kunci. Pertama, informasi yang diunggah selalu mencantumkan sumber yang jelas dan dapat diverifikasi. Kedua, detail-detail penting seperti tanggal, waktu, dan lokasi kegiatan selalu dicantumkan dengan tepat. Ketiga, akun tersebut sering memberikan pembaruan *real-time* tentang acara yang sedang berlangsung, menunjukkan komitmen mereka untuk memberikan informasi terkini.

Unggahan dari akun Instagram @official_unpak lengkap dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik, Akun Instagram @official_unpak dapat dianggap sebagai sumber informasi yang lengkap mengenai kegiatan akademik. Pertama, akun tersebut secara konsisten mengunggah berbagai jenis kegiatan akademik, mulai dari perkuliahan reguler hingga seminar dan konferensi ilmiah. Kedua, setiap unggahan dilengkapi dengan informasi krusial seperti tanggal, waktu, tempat, dan peserta yang terlibat dalam kegiatan tersebut. Ketiga, akun ini juga menyertakan deskripsi rinci tentang tujuan dan manfaat dari setiap kegiatan, memberikan konteks yang jelas bagi para pengikutnya. Keempat, @official_unpak sering mengunggah foto atau video dari kegiatan yang berlangsung, memberikan bukti visual yang memperkuat kelengkapan informasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa @official_unpak merupakan sumber yang dapat diandalkan untuk mendapatkan informasi lengkap tentang kegiatan akademik di institusi tersebut.

Unggahan pada akun Instagram @official_unpak berdasarkan fakta dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akun Instagram @official_unpak telah menunjukkan konsistensi dalam mengunggah informasi faktual tentang kegiatan akademik. Hal ini terlihat dari sumber informasi unggahan dari akun Instagram @official_unpak yang diunggah langsung oleh admin dari Universitas Pakuan. Keakuratan informasi yang diunggah dapat diverifikasi melalui pihak Universitas Pakuan. Akun ini juga menunjukkan kelengkapan informasi dengan selalu mencantumkan tanggal, waktu dan lokasi kegiatan dengan tepat.

Unggahan akun Instagram @official_unpak ringkas dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik dapat diargumentasikan sebagai sumber yang ringkas dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik. Pertama, unggahan mereka umumnya berisi informasi inti tanpa terlalu banyak detail yang tidak diperlukan. Kedua, penggunaan *caption* yang singkat namun informatif memungkinkan pengikut untuk dengan cepat memahami isi pesan. Ketiga, penggunaan *hashtag* yang relevan memudahkan pencarian informasi spesifik.

Terakhir, konsistensi dalam format unggahan membantu pengikut untuk dengan mudah menemukan informasi yang mereka cari tanpa perlu membaca teks panjang. Meski ringkas, akun ini tetap berhasil menyampaikan esensi dari kegiatan akademik yang diunggah, membuktikan bahwa keringkasan tidak mengorbankan substansi informasi.

Unggahan dari akun Instagram @official_unpak jelas dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik, dapat diargumentasikan sebagai sumber yang jelas dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik. Kejelasan ini terlihat dari beberapa aspek penting. Pertama, penggunaan bahasa yang mudah dipahami dan bebas dari jargon teknis yang berlebihan memastikan pesan dapat diterima oleh berbagai kalangan. Kedua, struktur informasi yang terorganisir dengan baik, biasanya dimulai dari apa, siapa, kapan, di mana, dan mengapa, membantu pembaca cepat menangkap inti pesan. Ketiga, penggunaan elemen visual seperti infografis atau poster digital yang informatif memperkuat penyampaian pesan secara visual. Keempat, konsistensi dalam format unggahan memudahkan pengikut untuk dengan cepat mengidentifikasi jenis informasi yang disampaikan. Kelima, penggunaan caption yang informatif namun ringkas memberikan konteks yang jelas tanpa membebani pembaca dengan teks yang terlalu panjang. Dengan pendekatan ini, @official_unpak berhasil menyampaikan informasi kegiatan akademik dengan tingkat kejelasan yang tinggi, memudahkan akses dan pemahaman bagi komunitas akademiknya.

Tabel 4.9 Sebaran Indikator Media Komunikasi

No	Pernyataan	Jumlah				Nilai	Rata-rata	Keterangan
		1	2	3	4			
P1	Akun Instagram @official_unpak memiliki kredibilitas dalam menyebarkan informasi tentang kegiatan akademik	0	3	31	66	3,63	3,57	Sangat Tinggi
P2	Akun Instagram @official_unpak cepat dalam mengunggah info tentang kegiatan akademik	0	4	41	55	3,51		
P3	Media sosial Instagram mudah digunakan dalam mencari informasi	0	3	35	62	3,59		
P4	Terdapat fitur tambahan seperti <i>direct message</i> pada media sosial Instagram yang dapat membantu mahasiswa dalam mencari informasi lebih lanjut tentang kegiatan akademik	0	4	35	61	3,57		

(Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, 2024)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, dapat disimpulkan bahwa hasil dari jawaban responden terhadap semua pernyataan yang diajukan mengenai indikator media sangat tinggi. Hasil rata-rata skor penelitian pada indikator isi pesan adalah 3,57 nilai tersebut lebih besar dari nilai rentang kriteria sebesar $3,57 > 0,75$, nilai tersebut termasuk ke dalam rentang kriteria sangat tinggi. Kemudian dilakukan analisis secara keseluruhan $4 \times 4 \times 100 = 1600$ ($4 =$ nilai tertinggi dari setiap jawaban pernyataan yang diajukan kepada responden, $4 =$ jumlah pernyataan yang diajukan kepada responden, dan $100 =$ jumlah sampel yang dijadikan sebagai responden). Hasil skor penelitian adalah 14,3, dengan itu efektivitas isi pesan adalah sebesar $14,3 : 1600 = 0,89$ atau 89% dimana lebih besar dari hipotesis penelitian yaitu 60%. Berdasarkan tabel presentase efektivitas komunikasi termasuk ke dalam kategori sangat efektif. Berdasarkan pengamatan secara langsung di lapangan yang dilakukan oleh peneliti, hal yang terjadi sesuai dengan hasil sebaran kuesioner di mana akun Instagram @official_unpak memiliki kredibilitas dalam menyebarkan informasi tentang kegiatan akademik dapat diargumentasikan memiliki kredibilitas

tinggi dalam menyebarkan informasi tentang kegiatan akademik. Pertama, sebagai akun resmi universitas, informasi yang disajikan berasal langsung dari sumber yang otoritatif, menjamin keabsahan kontennya. Kedua, konsistensi dalam menyajikan informasi akurat dan terkini menunjukkan komitmen terhadap integritas informasi. Ketiga, penggunaan logo resmi meningkatkan kepercayaan pengikut terhadap autentisitas akun. Keempat, transparansi dalam menyajikan informasi, termasuk mencantumkan sumber atau tautan ke situs resmi universitas, memperkuat kredibilitas unggahan. Kelima, interaksi aktif dengan pengikut melalui kolom komentar, termasuk merespons pertanyaan dan klarifikasi, menunjukkan keterbukaan dan tanggung jawab dalam komunikasi. Keenam, konsistensi dalam mengikuti protokol komunikasi resmi universitas mencerminkan profesionalisme dalam pengelolaan akun. Dengan demikian, @official_unpak telah membangun dan mempertahankan kredibilitas yang kuat dalam perannya sebagai saluran informasi kegiatan akademik yang terpercaya.

Akun Instagram @official_unpak cepat dalam mengunggah info tentang kegiatan akademik dapat diargumentasikan sebagai sumber yang cepat dalam mengunggah informasi tentang kegiatan akademik. Kecepatan ini tercermin dalam beberapa aspek kunci. Pertama, akun tersebut secara konsisten mengunggah informasi terkini, seringkali dalam hitungan jam setelah suatu keputusan atau pengumuman resmi dibuat. Kedua, penggunaan fitur *Instagram Stories* memungkinkan penyebaran informasi mendesak dengan segera, tanpa menunggu pembuatan post yang lebih terstruktur. Ketiga, *update real-time* selama berlangsungnya acara-acara penting menunjukkan komitmen untuk menyampaikan informasi secepat mungkin kepada pengikut. Keempat, kecepatan respon terhadap pertanyaan di kolom komentar menunjukkan kesiapan dalam memberikan informasi tambahan yang dibutuhkan. Kelima, konsistensi dalam mengunggah jadwal kegiatan akademik jauh-jauh hari membantu mahasiswa dan staf untuk merencanakan dengan baik. Keenam, penggunaan hashtag yang relevan dan konsisten memudahkan pengikut untuk dengan cepat menemukan informasi terbaru. Terakhir, sinkronisasi yang baik dengan platform media sosial lain dan website resmi universitas menunjukkan sistem penyebaran informasi yang efisien dan cepat. Dengan pendekatan ini, @official_unpak membuktikan diri sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan untuk mendapatkan update cepat mengenai kegiatan akademik. Namun, berdasarkan hasil wawancara dari beberapa mahasiswa Universitas Pakuan angkatan 2020, akun instagram @official_unpak tidak secepat yang diharapkan dalam mengunggah informasi tentang kegiatan akademik karena mahasiswa sudah mengetahui terlebih dahulu informasi tersebut melalui grup obrolan kelas masing-masing.

Media sosial Instagram mudah digunakan dalam mencari informasi terkait dengan kegiatan akademik, akun Instagram @official_unpak merupakan sumber informasi yang efektif dan mudah diakses bagi mahasiswa Universitas Pakuan untuk mendapatkan update terkini mengenai kegiatan akademik. Melalui postingan visual yang menarik dan *caption* informatif, akun ini menyajikan berbagai pengumuman penting seperti jadwal perkuliahan, batas waktu pembayaran, kegiatan kampus secara ringkas namun komprehensif. Fitur Instagram seperti *highlight* dan *story* memungkinkan pengelompokan informasi berdasarkan kategori, sehingga memudahkan pencarian. Selain itu, fitur notifikasi memastikan mahasiswa tidak melewatkan update penting. Kemudahan berbagi dan menyimpan

unggahan juga memungkinkan penyebaran informasi yang lebih luas dan cepat di kalangan mahasiswa. Dengan penggunaan *hashtag* yang konsisten, mahasiswa dapat dengan mudah menemukan informasi spesifik yang mereka butuhkan. Dibandingkan dengan *platform* lain, Instagram lebih populer di kalangan mahasiswa, menjadikan *@official_unpak* pilihan yang paling mudah diakses untuk mendapatkan informasi akademik secara *real-time*.

Terdapat fitur tambahan pada Instagram yang dapat digunakan untuk memudahkan para mahasiswa dalam mencari informasi tentang kegiatan akademik seperti fitur *direct message* pada Instagram menjadi nilai tambah yang signifikan dalam memudahkan mahasiswa mencari informasi kegiatan akademik melalui akun resmi universitas. Melalui *direct message*, mahasiswa dapat langsung mengajukan pertanyaan spesifik atau meminta klarifikasi tentang informasi yang belum jelas, tanpa harus menunggu respon di kolom komentar yang mungkin terabaikan. Fitur ini memungkinkan komunikasi dua arah yang lebih personal dan efisien antara mahasiswa dan admin akun, sehingga informasi yang diberikan bisa lebih detail dan sesuai kebutuhan. Selain itu, kemampuan untuk mengirim *file*, gambar, atau tautan melalui *direct message* memungkinkan pertukaran informasi yang lebih komprehensif. Fitur "*quick replies*" pada *direct message* Instagram juga membantu admin menjawab pertanyaan umum dengan cepat, meningkatkan efisiensi pelayanan informasi. Privasi yang ditawarkan oleh *direct message* membuat mahasiswa lebih nyaman mengajukan pertanyaan sensitif terkait akademik. Dengan adanya notifikasi pesan, mahasiswa dapat menerima informasi penting secara *real-time*. Keseluruhan fitur ini menjadikan *direct message* Instagram sebagai alat komunikasi yang efektif dan mudah diakses untuk memenuhi kebutuhan informasi akademik mahasiswa secara cepat dan tepat. Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa mahasiswa, tanggapan dari pengelola akun instagram *@official_unpak* tidak secepat yang diharapkan dalam menjawab pertanyaan yang diajukan mahasiswa guna memperoleh informasi tambahan.

Tabel 4.10 Sebaran Indikator Format Pesan

No	Pernyataan	Jumlah				Nilai	Rata-rata	Keterangan
		1	2	3	4			
P1	Informasi yang diunggah oleh akun Instagram @official_unpak singkat	0	2	39	59	3,57	3,57	Sangat Tinggi
P2	Informasi yang diunggah oleh akun Instagram @official_unpak jelas	0	3	37	60	3,57		
P3	Informasi yang diunggah oleh akun Instagram @official_unpak menarik untuk dibaca	0	3	37	60	3,57		

(Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, 2024)

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, dapat disimpulkan bahwa hasil dari jawaban responden terhadap semua pernyataan yang diajukan mengenai indikator format pesan sangat tinggi. Hasil rata-rata skor penelitian pada indikator isi pesan adalah 3,57 nilai tersebut lebih besar dari nilai rentang kriteria sebesar $3,57 > 0,75$, nilai tersebut termasuk ke dalam rentang kriteria sangat tinggi. Kemudian dilakukan analisis secara keseluruhan $4 \times 3 \times 100 = 1200$ (4 = nilai tertinggi dari setiap jawaban pernyataan yang diajukan kepada responden, 3 = jumlah pernyataan yang diajukan kepada responden, dan 100 = jumlah sampel yang dijadikan sebagai responden). Hasil skor penelitian adalah 10,71, dengan itu efektivitas isi pesan adalah sebesar $10,71 : 1200 = 0,89$ atau 89% dimana lebih besar dari hipotesis penelitian yaitu 60%. Berdasarkan tabel presentase efektivitas komunikasi termasuk ke dalam kategori sangat efektif. Berdasarkan pengamatan secara langsung di lapangan yang dilakukan oleh peneliti, hal yang terjadi sesuai dengan hasil sebaran kuesioner di mana akun Instagram @official_unpak mengunggah informasi kegiatan akademik secara singkat, yang merupakan strategi komunikasi yang efektif dan sesuai dengan karakteristik *platform* media sosial. Kesingkatan ini memungkinkan penyampaian informasi esensial tanpa membebani pembaca dengan *detail* berlebihan, sesuai dengan kecenderungan pengguna media sosial yang lebih menyukai konten ringkas dan mudah dicerna. Meskipun singkat, informasi yang diunggah tetap mencakup poin-poin kunci seperti tanggal, waktu, tempat, dan deskripsi singkat kegiatan, yang cukup untuk memberikan gambaran umum kepada mahasiswa. Pendekatan ini juga memungkinkan akun untuk mengunggah lebih banyak informasi tanpa menimbulkan kejenuhan pada pengikut. Kesingkatan postingan mendorong interaksi, karena mahasiswa yang membutuhkan informasi lebih lanjut dapat bertanya melalui komentar atau pesan langsung, menciptakan *engagement* yang lebih tinggi. Selain itu, format singkat ini memudahkan mahasiswa untuk dengan

cepat memindai dan menemukan informasi yang relevan di tengah arus informasi yang deras di media sosial. Penggunaan *hashtag* dan *caption* yang terstruktur dengan baik membantu mengorganisir informasi singkat ini menjadi lebih mudah ditemukan dan dikelompokkan.

Akun Instagram @official_unpak dapat dianggap sebagai sumber informasi yang lengkap mengenai kegiatan akademik. Pertama, akun tersebut secara konsisten mengunggah berbagai jenis kegiatan akademik, mulai dari perkuliahan reguler hingga seminar dan konferensi ilmiah. Kedua, setiap unggahan dilengkapi dengan informasi krusial seperti tanggal, waktu, tempat, dan peserta yang terlibat dalam kegiatan tersebut. Ketiga, akun ini juga menyertakan deskripsi rinci tentang tujuan dan manfaat dari setiap kegiatan, memberikan konteks yang jelas bagi para pengikutnya. Keempat, @official_unpak sering mengunggah foto atau video dari kegiatan yang berlangsung, memberikan bukti visual yang memperkuat kelengkapan informasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa @official_unpak merupakan sumber yang dapat diandalkan untuk mendapatkan informasi lengkap tentang kegiatan akademik di institusi tersebut.

Unggahan tentang kegiatan akademik pada akun Instagram @official_unpak dirancang dengan sangat menarik untuk dibaca, mencerminkan pemahaman mendalam terhadap preferensi audiens target dan dinamika media sosial kontemporer. Penggunaan desain grafis yang *eye-catching*, dengan kombinasi warna yang harmonis dan sesuai dengan identitas *visual* universitas, segera menarik perhatian pengguna saat muncul di *feed*. Informasi disajikan dalam format infografis yang mudah dipahami, memungkinkan penyerapan informasi penting secara cepat dan efisien. Penggunaan bahasa yang ringkas namun informatif, diselingi dengan gaya komunikasi yang ramah dan *relatable*, menciptakan koneksi emosional dengan pembaca mahasiswa. Variasi konten, seperti foto kegiatan, video singkat, menjaga *feed* tetap dinamis dan menghindari kejenuhan. Konsistensi dalam gaya *posting* dan jadwal unggahan menciptakan antisipasi dan kebiasaan *check* rutin dari pengikut. Terlebih lagi, penampilan testimoni atau pengalaman mahasiswa dalam kegiatan akademik memberikan perspektif autentik yang meningkatkan kredibilitas dan daya tarik informasi. Semua elemen ini bersinergi untuk menciptakan konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga menghibur dan menginspirasi, menjadikan unggahan kegiatan akademik @official_unpak sebagai sumber informasi yang menarik dan dinantikan oleh komunitas mahasiswa.

Tabel 4.11 Sebaran Indikator Sumber Pesan

No	Pernyataan	Jumlah				Nilai	Rata-rata	Keterangan
		1	2	3	4			
P1	Sumber informasi dari akun Instagram @official_unpak kredibel/dipercaya	0	3	34	63	3,6	3,6	Sangat Tinggi
P2	Saya mempercayai sumber informasi dalam unggahan dari akun Instagram @official_unpak	0	3	34	63	3,6		

(Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, 2024)

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, dapat disimpulkan bahwa hasil dari jawaban responden terhadap semua pernyataan yang diajukan mengenai indikator sumber pesan sangat tinggi. Hasil rata-rata skor penelitian pada indikator isi pesan adalah 3,6 nilai tersebut lebih besar dari nilai rentang kriteria sebesar $3,6 > 0,75$, nilai tersebut termasuk ke dalam rentang kriteria sangat tinggi. Kemudian dilakukan analisis secara keseluruhan $4 \times 2 \times 100 = 800$ (4 = nilai tertinggi dari setiap jawaban pernyataan yang diajukan kepada responden, 2 = jumlah pernyataan yang diajukan kepada responden, dan 100 = jumlah sampel yang dijadikan sebagai responden). Hasil skor penelitian adalah 7,2, dengan itu efektivitas isi pesan adalah sebesar $7,2 : 800 = 0,90$ atau 90% dimana lebih besar dari hipotesis penelitian yaitu 60%. Berdasarkan tabel presentase efektivitas komunikasi termasuk ke dalam kategori sangat efektif. Berdasarkan pengamatan secara langsung di lapangan yang dilakukan oleh peneliti, hal yang terjadi sesuai dengan hasil sebaran kuesioner di mana akun Instagram @official_unpak memiliki kredibilitas dalam menyebarkan informasi tentang kegiatan akademik dapat diargumentasikan memiliki kredibilitas tinggi dalam menyebarkan informasi tentang kegiatan akademik. Pertama, sebagai akun resmi universitas, informasi yang disajikan berasal langsung dari sumber yang otoritatif, menjamin keabsahan kontennya. Kedua, konsistensi dalam menyajikan informasi akurat dan terkini menunjukkan komitmen terhadap integritas informasi. Ketiga, penggunaan logo resmi meningkatkan kepercayaan pengikut terhadap autentisitas akun. Keempat, transparansi dalam menyajikan informasi, termasuk mencantumkan sumber atau tautan ke situs resmi universitas, memperkuat kredibilitas unggahan. Kelima, interaksi aktif dengan pengikut melalui kolom komentar, termasuk merespons pertanyaan dan klarifikasi, menunjukkan keterbukaan dan tanggung jawab dalam komunikasi. Keenam, konsistensi dalam mengikuti protokol komunikasi resmi universitas mencerminkan profesionalisme dalam pengelolaan akun. Dengan demikian, @official_unpak telah membangun dan mempertahankan kredibilitas yang kuat dalam perannya sebagai saluran informasi kegiatan akademik yang terpercaya.

Mengenai kepercayaan mahasiswa Universitas Pakuan terhadap sumber informasi dalam unggahan dari akun Instagram @official_unpak berdasarkan beberapa alasan yang kuat. Pertama, status resmi akun ini sebagai representasi digital Universitas Pakuan memberikan jaminan bahwa informasi yang dibagikan

telah melalui proses verifikasi internal yang ketat. Dan menghargai transparansi akun dalam mengklarifikasi atau memperbarui informasi jika terjadi perubahan, yang menunjukkan integritas dalam penyampaian informasi. Penggunaan bahasa formal dan profesional dalam unggahan memperkuat keyakinan saya akan keabsahan informasi. Berdasarkan observasi yang dilakukan, peneliti merasa dapat sepenuhnya mengandalkan @official_unpak sebagai sumber informasi yang terpercaya untuk segala hal terkait kegiatan akademik di Universitas Pakuan.

Tabel 4.12 Sebaran Indikator Ketepatan Waktu

No	Pernyataan	Jumlah				Nilai	Rata-rata	Keterangan
		1	2	3	4			
P1	Akun Instagram @official_unpak tepat waktu dalam mengunggah informasi tentang kegiatan akademik	0	5	38	57	3,52	3,53	Sangat Tinggi
P2	Akun Instagram @official_unpak tepat waktu dalam memberikan umpan balik/respons kepada mahasiswa yang membutuhkan informasi tambahan tentang kegiatan akademik	0	4	37	59	3,55		

(Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, 2024)

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, dapat disimpulkan bahwa hasil dari jawaban responden terhadap semua pernyataan yang diajukan mengenai indikator ketepatan waktu sangat tinggi. Hasil rata-rata skor penelitian pada indikator isi pesan adalah 3,53 nilai tersebut lebih besar dari nilai rentang kriteria sebesar $3,53 > 0,75$, nilai tersebut termasuk ke dalam rentang kriteria sangat tinggi. Kemudian dilakukan analisis secara keseluruhan $4 \times 2 \times 100 = 800$ ($4 =$ nilai tertinggi dari setiap jawaban pernyataan yang diajukan kepada responden, $2 =$ jumlah pernyataan yang diajukan kepada responden, dan $100 =$ jumlah sampel yang dijadikan sebagai responden). Hasil skor penelitian adalah 7,07, dengan itu efektivitas isi pesan adalah sebesar $7,07 : 800 = 0,88$ atau 88% dimana lebih besar dari hipotesis penelitian yaitu 60%. Berdasarkan tabel presentase efektivitas komunikasi termasuk ke dalam kategori sangat efektif. Berdasarkan pengamatan secara langsung di lapangan yang dilakukan oleh peneliti dengan mewawancarai salah satu responden yang menjawab pernyataan yang diberikan mengenai indikator ketepatan waktu “Saya kurang setuju dengan pernyataan: akun Instagram @official_unpak tepat waktu dalam mengunggah informasi tentang kegiatan akademik, karena terkadang harus ada yang bertanya lebih dahulu kepada admin baru setelah itu informasi tersebut diunggah pada akun Instagram @official_unpak”. Menurut pengamatan peneliti di

lapangan adalah terdapat beberapa mahasiswa Universitas Pakuan 2020 yang menjadi responden pada penelitian ini merasa akun Instagram @official_unpak kurang tepat waktu dalam mengirimkan informasi tentang kegiatan akademik, hal ini dapat terjadi karena mayoritas responden sudah mengikuti akun Instagram @official_unpak sejak awal menjadi mahasiswa di Universitas Pakuan dan menggunakan akun Instagram @official_unpak sebagai sarana untuk mencari informasi tentang kegiatan akademik.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *t-test one sample* untuk menguji hipotesis penelitian. Peneliti memiliki hipotesis penelitian Efektivitas Akun Instagram @official_unpak sebagai Media Penyampaian Informasi Kegiatan Akademik memiliki nilai presentase efektivitas komunikasi paling tinggi 60%. Pengujian hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui tingkat signifikansi dari hipotesis yang diajukan. Skor ideal efektivitas komunikasi pada akun Instagram @official_unpak adalah $4 \times 16 \times 100 = 6400$ (4 merupakan skor tertinggi dari jawaban setiap pernyataan berdasarkan skala *Likert*, 16 merupakan jumlah item pernyataan yang diberikan kepada responden, dan 100 merupakan jumlah sampel yang menjadi responden pada penelitian).

Berikut hasil dari uji *t-test one sample* menggunakan SPSS Statistic :

Gambar 4.10 Hasil Uji t-test one sample

T-Test

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
VAR00001	100	57.2000	6.24742	.62474

One-Sample Test

Test Value = 60

	t	df	Significance		Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			One-Sided p	Two-Sided p		Lower	Upper
VAR00001	-4.482	99	<.001	<.001	-2.80000	-4.0396	-1.5604

One-Sample Effect Sizes

		Standardizer ^a	Point Estimate	95% Confidence Interval	
				Lower	Upper
VAR00001	Cohen's d	6.24742	-.448	-.653	-.241
	Hedges' correction	6.29526	-.445	-.648	-.240

a. The denominator used in estimating the effect sizes.

Cohen's d uses the sample standard deviation.

Hedges' correction uses the sample standard deviation, plus a correction factor.

(Sumber: Hasil pengolahan data, 2024)

Hasil hitung t dari hasil uji *t-test one sample* sebesar -4.482 dimutlakan menjadi 4.482 (Fatimah & Nuryaningsih, 2018), kemudian dibandingkan dengan t tabel dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) = $n-1 = 100 - 1 = 99$ dengan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0.05% untuk *t-test one sample* uji pihak kanan, karena t hitung lebih besar daripada t tabel sebesar $4.482 > 1.66$ maka hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima. Efektivitas akun Instagram @official_unpak sebagai media penyampaian informasi kegiatan akademik adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
& \frac{\text{skor aktual}}{\text{skor ideal}} \times 100\% \\
& \frac{5720}{6400} \times 100\% \\
& = 0.89375 \times 100\% \\
& = 89.38 \\
& = 89\%
\end{aligned}$$

Berdasarkan dari hasil uji *t-test one sample* mengenai efektivitas akun Instagram @official_unpak sebagai media penyampaian informasi kegiatan akademik memiliki nilai efektivitas sebesar 89%. Interpretasi dari penelitian mengenai Efektivitas Akun Instagram @official_unpak sebagai Media Penyampaian Informasi Kegiatan Akademik ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah yang telah dibuat oleh peneliti “Bagaimana efektivitas akun Instagram @official_unpak sebagai media penyampaian informasi kegiatan akademik mahasiswa studi kasus : mahasiswa Universitas Pakuan 2020?” dengan pengujian menggunakan rumus *t test one sample* uji pihak kanan sebesar 4.482 dengan nilai t tabel sebesar 1.66, yang menyatakan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel sebesar $4.482 > 1.66$. Maka, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima karena hasil uji *t test one sample* sebesar 89% termasuk sangat efektif. Berikut adalah tabel *range* presentase efektivitas menurut Kriyanto *dalam* (Lestari, 2020).

Tabel 4.13 Tabel Presentase Efektivitas Komunikasi

No	Presentase	Keterangan
1	0% - 20%	Sangat Tidak Efektif
2	21% - 40%	Tidak Efektif
3	41% - 60%	Cukup Efektif
4	61% - 80%	Efektif
5	81% - 100%	Sangat Efektif

Sumber: Kriyanto *dalam* (Lestari, 2020)

Berdasarkan data yang diperoleh, skor ideal dari instrument penelitian ini ialah $4 \times 16 \times 100 = 6400$ (4 merupakan skor tertinggi dari jawaban setiap pernyataan berdasarkan skala *Likert*, 16 merupakan jumlah item pernyataan yang diberikan kepada responden, dan 100 merupakan jumlah sampel yang menjadi responden pada penelitian). Nilai efektivitas komunikasi akun Instagram @official_unpak adalah 89.38 atau 89%. Interpretasi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini adalah Efektivitas Akun Instagram @official_unpak sebagai Media Penyampaian Informasi Kegiatan Akademik (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Pakuan 2020) memiliki nilai efektivitas sebesar 89%. Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini dengan nilai sebesar 89%, dapat disimpulkan berdasarkan presentase efektivitas komunikasi dengan nilai 89.38 atau 89% masuk ke dalam kategori sangat efektif, karena akun Instagram

@official_unpak sangat efektif dalam mengunggah informasi tentang kegiatan akademik yang dibutuhkan oleh mahasiswa Universitas Pakuan khususnya para pengikut akun Instagram @official_unpak. Meskipun nilai efektivitas komunikasi pada penelitian ini masuk ke dalam kategori sangat efektif, menurut pengamatan peneliti secara langsung di lapangan masih terdapat beberapa permasalahan mengenai efektivitas komunikasi akun Instagram @official_unpak yaitu tentang ketepatan waktu dalam mengirimkan informasi pada akun Instagram @official_unpak ini terjadi karena admin dari akun Instagram @official_unpak kurang tepat waktu dalam mengunggah informasi tentang kegiatan akademik pada akun Instagram @official_unpak yang membuat beberapa mahasiswa tertinggal dengan informasi terbaru yang ada di Universitas Pakuan, hal ini membuat adanya kekurangan efektivitas pada akun Instagram @official_unpak.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori Efektivitas Komunikasi menurut Kriyantono, Teori Efektivitas Komunikasi menurut Kriyantono memiliki enam indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat efektivitas akun Instagram @official_unpak, diantaranya penerima pesan, isi pesan, media, format pesan, sumber pesan, dan ketepatan waktu. Berdasarkan hasil penelitian, semua indikator yang diuji dalam penelitian ini memiliki skor atau nilai lebih dari atau sama dengan 60%. Semua hasil nilai skor indikator efektivitas komunikasi sangat efektif sebagai penyampaian pesan memiliki nilai skor rentang kriteria sangat tinggi yaitu >0.75 .

Hasil jawaban untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian tentang efektivitas akun Instagram @official_unpak sebagai media penyampaian informasi kegiatan akademik. Peneliti menggunakan uji *t-test one sample*, dengan uji satu pihak kanan $H_0 \leq 60\%$ dan $H_a \geq 60\%$. Kemudian dapat disimpulkan atas rumusan masalah yaitu efektivitas akun Instagram @official_unpak sebagai media penyampaian informasi kegiatan akademik memiliki nilai efektivitas sebesar 89% masuk ke dalam kategori sangat efektif, karena akun Instagram @official_unpak sudah cukup baik dalam mengunggah informasi tentang kegiatan akademik yang dibutuhkan oleh mahasiswa Universitas Pakuan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, peneliti dapat memberikan beberapa saran mengenai kurangnya nilai skor pada indikator ketepatan waktu yang diharapkan kedepannya akan bermanfaat, adapun saran sebagai berikut :

- 1.Hendaknya akun Instagram @official_unpak dapat lebih cepat dalam mengunggah informasi kegiatan akademik pada akun Instagram @official_unpak.
- 2.Hendaknya admin yang mengelola akun Instagram @official_unpak dapat lebih tanggap dalam merespon para mahasiswa yang mencari informasi lebih lanjut tentang kegiatan akademik melalui fitur *direct message*.
- 3.Hendaknya Universitas Pakuan menyusun jadwal pengelolaan akun dengan menetapkan waktu-waktu tertentu untuk memeriksa dan menjawab pertanyaan dari para mahasiswa secara rutin.
- 4.Hendaknya Universitas Pakuan melakukan evaluasi berkala secara rutin untuk mengidentifikasi hal yang perlu ditingkatkan pada akun Instagram @official_unpak.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiawan, N. T., & Rasmini, N. K. (2016). Pengaruh sistem berbasis akrual, teknologi informatika dan sistem pengendalian intern pemerintah pada kualitas laporan keuangan dengan kompetensi sumber daya manusia sebagai moderasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB>
- Anggraeni Yunaeti, E. (2017). *Pengantar Sistem Informasi*. Penerbit Andi.
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Aris, S. (2018). *Model pembelajaran inovatif dalam kurikulum 2013*. Ar-Ruzz Media.
- Bungkaes, H. R., Posumah, J. H., & Kiyai Burhanuddin. (2013). Hubungan Efektivitas Pengelolaan Program Raskin Dengan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Mamahan Kecamatan Gemeh Kabupaten Kepulauan Talaud. *Acta Diurna, April*.
- Fatimah, & Nuryaningsih. (2018). *Buku Ajar Statiska*.
- Fauzan, M., Harun, U., & Bachmid, S. (2019). Pengaruh bauran promosi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan IB Hasanah pada PT BNI Syariah Cabang Palu. *Jurnal Perbankan Dan Keuangan Syariah*. <https://jurnaljipsya.org/index.php/jipsya/article/view/4>
- Herlina, N. (2017). Efektivitas komunikasi akun. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktisi riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis skripsi, tesis, dan disertasi riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Prenada Media Group.
- Lestari, A. N. (2020). *Efektifitas komunikasi organisasi di PT Telkom Akses Witel Bogor*.
- Lidara, A. (2022). Efektivitas penggunaan media sosial instagram @Infopku_ sebagai media informasi online Kota Pekanbaru. *UIN Suska Riau (Skripsi)*, 5317. <https://repository.uin-suska.ac.id/63494/1/SKRIPSI>
- Nabila, D., Elvaretta, O., Zahira, G., & Syarief, M. A. D. Y. (2020). *Peradaban media sosial di era industri 4.0*. Inteligencia Media.
- Nasrullah, R. (2016). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Kencana.
- Nopianah. (2019). Efektivitas komunikasi website Tripriau.Com sebagai media informasi pariwisata bagi komunitas my trip my adventure. *Jurnal Online*

Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.
<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/22851>

- Nurahman, A. (2016). *Pengaruh penggunaan media pembelajaran terhadap motivasi belajar siswa kelas XI IPS SMA laboratorium (percontohan).*
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi penelitian sosial.* Media Sahabat Cendekia.
- Pakuan, U. (2020). *10 universitas terbaik di Jawa Barat.* Wwww.Unpak.Ac.Id.
<https://www.unpak.ac.id/berita/10-universitas-terbaik-di-jawa-barat-2020-2021#:~:text=Rank Versi Webometrick%3A 7817,www.unpak.ac.id>
- Pakuan, U. (2023). *Universitas pakuan 2018 – 2023.*
- Pakuan, U. (2024). *Sejarah Universitas Pakuan.* Universitas Pakuan.
<https://www.unpak.ac.id/profil/tentang-kami/sejarah>
- Priyanto, M., & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Aksesoris Pakaian Di Toko Mingka Bandung. *Value*, 2(1), 57–66. <https://doi.org/10.36490/value.v2i1.184>
- Riyanto, A. D. (2021). *Hoosuite (we are social): indonesian digital report 2021.* Andi.Link. https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/#google_vignette
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D.* Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif.* Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* Alfabeta.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel Distribusi Nilai r

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

(Sumber : <https://www.scribd.com/document/546428000/Lampiran-15-Distribusi-nilai-rtabel-Signifikansi-5-dan-1>)

Lampiran 2 Tabel Titik Presentase Distribusi t

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

(Sumber : <http://ledhyane.lecture.ub.ac.id/files/2013/04/tabel-t.pdf>)

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

(Sumber : Data Primer, 2024)

Lampiran 4 Pernyataan Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian : Efektivitas Akun Instagram @official_unpak sebagai Media Penyampaian Informasi Kegiatan Akademik (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Pakuan 2020)

Penerima pesan

1. Mengetahui akun Instagram @official_unpak
2. Mengikuti akun Instagram @official_unpak

Isi pesan

Isi pesan (*content*) isi pesan yang diharapkan dari suatu media agar pesan tersebut efektif adalah isi pesan harus akurat, lengkap, sesuai fakta, ringkas, dan jelas.

1. Unggahan dari akun Instagram @official_unpak akurat dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik
2. Unggahan dari akun Instagram @official_unpak lengkap dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik
3. Unggahan dari akun Instagram @official_unpak berdasarkan fakta dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik
4. Unggahan dari akun Instagram @official_unpak ringkas dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik
5. Unggahan dari akun Instagram @official_unpak jelas dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik

Media

Media (*media*) untuk menyampaikan pesan dari komunikator ke komunikan, pemilihan media sangat penting. Media yang memiliki kredibilitas yang tinggi memiliki kemampuan untuk menyebarkan informasi dengan cepat, mudah digunakan, dan memiliki fitur tambahan yang ditawarkan kepada mereka yang menerimanya.

1. Akun Instagram @official_unpak memiliki kredibilitas dalam menyebarkan informasi tentang kegiatan akademik
2. Akun Instagram @official_unpak cepat dalam mengunggah info tentang kegiatan akademik
3. Media sosial Instagram mudah digunakan dalam mencari informasi
4. Terdapat fitur tambahan seperti *direct message* pada media sosial Instagram yang dapat membantu mahasiswa dalam mencari informasi lebih lanjut tentang kegiatan akademik

Format pesan

Format (*format*) format pesan yang diharapkan dalam sebuah media agar pesan tersebut efektif adalah informasi yang disampaikan harus singkat, jelas, dan menarik.

1. Informasi yang diunggah oleh akun Instagram @official_unpak singkat
2. Informasi yang diunggah oleh akun Instagram @official_unpak jelas
3. Informasi yang diunggah oleh akun Instagram @official_unpak menarik untuk dibaca

(Lanjutan)

Sumber pesan

Sumber pesan (*source*) sumber pesan yang dimaksud adalah kredibilitas sumber informasi. Kredibilitas sumber informasi menentukan sejauh mana penerima pesan dapat mempercayai sumber informasi tersebut.

1. Sumber informasi dari akun Instagram @official_unpak kredibel/dipercaya
2. Saya mempercayai sumber informasi dalam unggahan dari akun Instagram @official_unpak

Ketepatan waktu

Ketepatan waktu (*timing*) ketepatan waktu berarti pesan dikirimkan ke penerima tepat pada waktunya sesuai dengan kondisi atau situasi yang diukur.

1. Akun Instagram @official_unpak tepat waktu dalam mengunggah informasi tentang kegiatan akademik
2. Akun Instagram @official_unpak tepat waktu dalam memberikan umpan balik/respons kepada mahasiswa yang membutuhkan informasi tambahan tentang kegiatan akademik

Lampiran 5 Tangkapan Layar Google Form

**Kuesioner Penelitian
: Efektivitas Akun
Instagram
@official_unpak
sebagai Media
Penyampaian
Informasi Kegiatan
Akademik (Studi
Kasus : Mahasiswa
Universitas Pakuan
2020)**

Dengan hormat, saya Addelin Putri Stiawan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan mengharapkan kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner penelitian yang diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan S1. Dengan judul skripsi : Efektivitas Akun Instagram @official_unpak sebagai Media Penyampaian Informasi Kegiatan Akademik (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Pakuan 2020).

Usia *

- ☐ <20 tahun
- ☐ 20 tahun
- ☐ 21 tahun
- ☐ 22 tahun
- ☐ 23 tahun
- ☐ >23 tahun

Jenis Kelamin *

- ☐ Laki laki
- ☐ Perempuan

Media sosial yang digunakan *

- ☐ Instagram
- ☐ Tiktok
- ☐ Twitter
- ☐ Facebook

5.12

Facebook

Saya mengikuti akun Instagram @official_unpak

☐ Ya

☐ Tidak

Unggahan dari akun Instagram @official_unpak akurat dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik

Sangat Tidak Setuju

1

☐

2

☐

3

☐

4

☐

Sangat Setuju

Unggahan dari akun Instagram @official_unpak lengkap dalam

5.12

Unggahan dari akun Instagram @official_unpak lengkap dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik

Sangat Tidak Setuju

1

☐

2

☐

3

☐

4

☐

Sangat Setuju

Unggahan dari akun Instagram @official_unpak berdasarkan fakta dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik

Sangat Tidak Setuju

1

☐

2

☐

3

☐

4

☐

Sangat Setuju

docs.google.com

docs.google.com

Ilmu Komunikasi Universitas Pakuan

5.13

Media sosial Instagram mudah digunakan dalam mencari informasi *

Sangat Tidak Setuju

1 ☐

2 ☐

3 ☐

4 ☐

Sangat Setuju

Terdapat fitur tambahan seperti *direct message* pada media sosial Instagram yang dapat membantu mahasiswa dalam mencari informasi lebih lanjut tentang kegiatan akademik *

Sangat Tidak Setuju

1 ☐

2 ☐

3 ☐

4 ☐

Sangat Setuju

docs.google.com

5.13

Akun Instagram @official_unpak memiliki kredibilitas dalam menyebarkan informasi tentang kegiatan akademik *

Sangat Tidak Setuju

1 ☐

2 ☐

3 ☐

4 ☐

Sangat Setuju

Akun Instagram @official_unpak cepat dalam mengunggah informasi tentang kegiatan akademik *

Sangat Tidak Setuju

1 ☐

2 ☐

3 ☐

4 ☐

Sangat Setuju

docs.google.com

5.13 📶 65

Informasi yang diunggah oleh akun Instagram @official_unpak singkat *

Sangat Tidak Setuju

1 ☐

2 ☐

3 ☐

4 ☐

Sangat Setuju

Informasi yang diunggah oleh akun Instagram @official_unpak jelas *

Sangat Tidak Setuju

1 ☐

2 ☐

3 ☐

4 ☐

Sangat Setuju

docs.google.com

5.13 📶 65

Informasi yang diunggah oleh akun Instagram @official_unpak menarik untuk dibaca *

Sangat Tidak Setuju

1 ☐

2 ☐

3 ☐

4 ☐

Sangat Setuju

Sumber informasi dari akun Instagram @official_unpak kredibel/dipercaya *

Sangat Tidak Setuju

1 ☐

2 ☐

3 ☐

4 ☐

Sangat Setuju

docs.google.com

5.13 📶 65%

Unggahan dari akun Instagram @official_unpak ringkas dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik *

Sangat Tidak Setuju

1 ☐

2 ☐

3 ☐

4 ☐

Sangat Setuju

Unggahan dari akun Instagram @official_unpak jelas dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik *

Sangat Tidak Setuju

1 ☐

2 ☐

3 ☐

4 ☐

Sangat Setuju

docs.google.com

5.13 📶 65%

Saya mempercayai sumber informasi dalam unggahan dari akun Instagram @official_unpak *

Sangat Tidak Setuju

1 ☐

2 ☐

3 ☐

4 ☐

Sangat Setuju

Akun Instagram @official_unpak tepat waktu dalam mengunggah informasi tentang kegiatan akademik *

Sangat Tidak Setuju

1 ☐

2 ☐

3 ☐

4 ☐

Sangat Setuju

docs.google.com

5.13 📶 65%

3 ☐

4 ☐

Sangat Setuju

Akun Instagram @official_Unpak tepat waktu dalam memberikan umpan balik/respons kepada mahasiswa yang membutuhkan informasi tambahan tentang kegiatan akademik *

Sangat Tidak Setuju

1 ☐

2 ☐

3 ☐

4 ☐

Sangat Setuju

Submit Clear form

This content is neither created nor endorsed by Google.
[Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#)

docs.google.com

(Sumber : Data Primer, 2024)

Lampiran 6 Hasil Wawancara Responden 1

Hasil Wawancara dengan Responden

Nama : Diva Fazrin Oktaviani

Wawancara dilakukan di : Universitas Pakuan

Hari, dan tanggal : Kamis, 30 Mei 2024

- Peneliti : “Selamat siang Diva. Saya Addelin ingin memberikan kuesioner penelitian mengenai efektivitas akun Instagram @official_unpak sebagai media penyampaian informasi kegiatan akademik untuk Anda isi, apakah Anda bersedia?”
- Responden :” Siang Addelin. Saya bersedia untuk mengisi kuesioner penelitian Anda.”
- Peneliti : “Sambil Anda mengisi kuesioner, apakah bisa sekalian saya wawancara Anda mengenai jawaban yang Anda beri pada kuesioner penelitian saya?”
- Responden : “Baik, boleh.”
- Peneliti : “Baik saya akan menanyakan pertanyaan kepada Anda, berapa usia Anda?”
- Responden : “Usia saya 22 tahun.”
- Peneliti : “Media sosial apa saja yang Anda gunakan?”
- Responden : “Saya menggunakan media sosial Instagram, Tiktok, dan Twitter.”
- Peneliti : “Apakah Anda mengikuti akun Instaram @official_unpak?”
- Responden : “Iya, saya mengikuti akun Instagram @official_unpak untuk mencari informasi seputar kampus.”
- Peneliti : “Sekarang masuk ke pernyataan tentang isi kuesioner yang saya berikan kepada Anda. Yang pertama, apakah menurut Anda unggahan dari akun Instagram @official_unpak akurat dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik?”
- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena akun Instagram @official_unpak suka *posting* tentang kegiatan akademik.”
- Peneliti : Berikutnya, apakah menurut Anda unggahan dari akun Instagram @official_unpak lengkap dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik?”
- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena bisa dilihat dari *highlight* akun Instagram @official_unpak yang aktif menyampaikan informasi.”
- Peneliti : “Pertanyaan ketiga, apakah menurut Anda unggahan dari akun Instagram @official_unpak berdasarkan fakta dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik?”
- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena unggahan dari akun Instagram @official_unpak itu berasal langsung dari pihak Universitas Pakuan.”
- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke empat, apakah menurut Anda unggahan dari akun Instagram @official_unpak ringkas dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik?”

(Lanjutan)

- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena unggahan dalam akun Instagram @official_unpak sudah dikemas dalam bentuk yang menyesuaikan dengan media yang digunakan.”
- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke lima, apakah menurut Anda unggahan dari akun Instagram @official_unpak jelas dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik?”
- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena unggahan dari akun Instagram @official_unpak sudah terangkum informasi dalam setiap unggahannya.”
- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke enam, apakah menurut Anda akun Instagram @official_unpak memiliki kredibilitas dalam menyebarkan informasi tentang kegiatan akademik?”
- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena saya sudah percaya bahwa yang mengunggah informasi pada akun Instagram @official_unpak itu adalah pihak dari Universitas Pakuan langsung.”
- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke tujuh, apakah menurut Anda akun Instagram @official_unpak cepat dalam mengunggah informasi tentang kegiatan akademik?”
- Responden : “Saya kurang setuju dengan pernyataan tersebut, karena kadang dalam mengunggah informasi akun Instagram @official_unpak suka delay.”
- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke delapan, apakah menurut Anda media sosial Instagram mudah digunakan dalam mencari informasi?”
- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena banyak orang termasuk saya sendiri menggunakan media sosial Instagram.”
- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke sembilan, apakah menurut Anda terdapat fitur tambahan seperti *direct message* pada media sosial Instagram yang dapat membantu Anda dalam mencari informasi lebih lanjut tentang kegiatan akademik?”
- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena fitur tersebut dapat memudahkan mahasiswa untuk bertanya jika ada informasi yang kurang jelas.”
- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke sepuluh, apakah menurut Anda informasi yang diunggah oleh akun Instagram @official_unpak itu singkat?”
- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena unggahan dari akun Instagram @official_unpak sudah terangkum singkat, padat, dan jelas.”
- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke sebelas, apakah menurut Anda informasi yang diunggah oleh akun Instagram @official_unpak itu jelas?”
- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena unggahan dari akun Instagram @official_unpak sudah terangkum singkat, padat, dan jelas.”

(Lanjutan)

- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke dua belas, apakah menurut Anda informasi yang diunggah oleh akun Instagram @official_unpak menarik untuk dibaca?”
- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena unggahan dari akun Instagram @official_unpak sudah didesain sedemikian rupa untuk menarik pembaca.”
- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke tiga belas, apakah menurut Anda sumber informasi dari akun Instagram @official_unpak kredibel/dapat dipercaya?”
- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena admin dari akun Instagram @official_unpak merupakan pegawai dari Universitas Pakuan.”
- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke empat belas, apakah Anda mempercayai sumber informasi dalam unggahan dari akun Instagram @official_unpak?”
- Responden : “Saya setuju dengan pertanyaan tersebut, karena admin dari akun Instagram @official_unpak merupakan pegawai dari Universitas Pakuan.”
- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke lima belas, apakah menurut Anda akun Instagram @official_unpak tepat waktu dalam mengunggah informasi tentang kegiatan akademik?”
- Responden : “Saya kurang setuju dengan pernyataan tersebut, karena terkadang harus ada yang bertanya lebih dahulu baru informasi tersebut diunggah pada akun Instagram @official_unpak.”
- Peneliti : “Baik ini pertanyaan terakhir, menurut Anda apakah akun Instagram @official_unpak tepat waktu dalam memberikan umpan balik/respons kepada mahasiswa yang membutuhkan informasi tambahan tentang kegiatan akademik?”
- Responden : “Saya tidak setuju dengan pernyataan tersebut, karena admin dari akun Instagram @official_unpak terkadang tidak cepat dalam merespon pertanyaan para mahasiswa.”
- Peneliti : “Baik terima kasih banyak Diva, atas pendapatmu tentang pernyataan yang telah saya berikan.”
- Responden : “Baik terima kasih kembali, senang bisa membantu.”

Lampiran 7 Hasil Wawancara Responden 2

Hasil Wawancara dengan Responden

Nama : Sauma Agnita
 Wawancara dilakukan di : Universitas Pakuan
 Hari, dan tanggal : Kamis, 30 Mei 2024

- Peneliti : “Selamat siang Sauma. Saya Addelin ingin memberikan kuesioner penelitian mengenai efektivitas akun Instagram @official_unpak sebagai media penyampaian informasi kegiatan akademik untuk Anda isi, apakah Anda bersedia?”
- Responden :” Siang Addelin. Saya bersedia untuk mengisi kuesioner penelitian Anda.”
- Peneliti : “Sambil Anda mengisi kuesioner, apakah bisa sekalian saya wawancara Anda mengenai jawaban yang Anda beri pada kuesioner penelitian saya?”
- Responden : “Baik, boleh kok.”
- Peneliti : “Baik saya akan menanyakan pertanyaan kepada Anda, berapa usia Anda?”
- Responden : “Usia saya 21 tahun.”
- Peneliti : “Media sosial apa saja yang Anda gunakan?”
- Responden : “Saya menggunakan media sosial Instagram, Tiktok, dan Twitter.”
- Peneliti : “Apakah Anda mengikuti akun Instaram @official_unpak?”
- Responden : “Iya, saya mengikuti akun Instagram @official_unpak untuk mencari informasi seputar kampus, karena saya sudah jarang pergi ke kampus.”
- Peneliti : “Sekarang masuk ke pernyataan tentang isi kuesioner yang saya berikan kepada Anda. Yang pertama, apakah menurut Anda unggahan dari akun Instagram @official_unpak akurat dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik?”
- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena di akun Instagram @official_unpak banyak unggahan tentang kegiatan akademik.”
- Peneliti : Berikutnya, apakah menurut Anda unggahan dari akun Instagram @official_unpak lengkap dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik?”
- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena di akun Instagram @official_unpak dikasih *caption* yang menjelaskan unggahannya, jadi bisa baca lebih lengkap di *caption*.”
- Peneliti : “Pertanyaan ketiga, apakah menurut Anda unggahan dari akun Instagram @official_unpak berdasarkan fakta dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik?”
- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena unggahan dari akun Instagram @official_unpak itu berasal langsung dari orang yang dipekerjakan oleh Universitas Pakuan.”
- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke empat, apakah menurut Anda unggahan dari akun Instagram @official_unpak ringkas dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik?”

(Lanjutan)

- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena unggahan dalam akun Instagram @official_unpak sudah dirangkum agar memudahkan pembaca.”
- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke lima, apakah menurut Anda unggahan dari akun Instagram @official_unpak jelas dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan akademik?”
- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena unggahan dari akun Instagram @official_unpak sudah terangkum informasi dalam setiap unggahannya di *caption*.”
- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke enam, apakah menurut Anda akun Instagram @official_unpak memiliki kredibilitas dalam menyebarkan informasi tentang kegiatan akademik?”
- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena saya sudah percaya bahwa yang mengunggah informasi pada akun Instagram @official_unpak itu adalah pihak dari Universitas Pakuan langsung.”
- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke tujuh, apakah menurut Anda akun Instagram @official_unpak cepat dalam mengunggah informasi tentang kegiatan akademik?”
- Responden : “Saya kurang setuju dengan pernyataan tersebut, karena kadang dalam mengunggah informasi akun Instagram @official_unpak suka telat, jadi saya sudah tahu terlebih dahulu dari komti kelas.”
- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke delapan, apakah menurut Anda media sosial Instagram mudah digunakan dalam mencari informasi?”
- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena banyak orang termasuk saya sendiri menggunakan media sosial Instagram buat mencari segala macam informasi.”
- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke sembilan, apakah menurut Anda terdapat fitur tambahan seperti *direct message* pada media sosial Instagram yang dapat membantu Anda dalam mencari informasi lebih lanjut tentang kegiatan akademik?”
- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena fitur tersebut bisa membantu mahasiswa untuk bertanya ke admin jika ada informasi yang kurang jelas diunggah akun Instagram @official_unpak.”
- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke sepuluh, apakah menurut Anda informasi yang diunggah oleh akun Instagram @official_unpak itu singkat?”
- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena unggahan dari akun Instagram @official_unpak sudah terangkum singkat, agar mudah dibaca dan dipahami oleh para mahasiswa.”
- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke sebelas, apakah menurut Anda informasi yang diunggah oleh akun Instagram @official_unpak itu jelas?”
- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena unggahan dari akun Instagram @official_unpak sudah cukup menjelaskan melalui *caption*.”

(Lanjutan)

- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke dua belas, apakah menurut Anda informasi yang diunggah oleh akun Instagram @official_unpak menarik untuk dibaca?”
- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena unggahan dari akun Instagram @official_unpak sudah dibuat menarik bagi para pembaca.”
- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke tiga belas, apakah menurut Anda sumber informasi dari akun Instagram @official_unpak kredibel/dapat dipercaya?”
- Responden : “Saya setuju dengan pernyataan tersebut, karena admin dari akun Instagram @official_unpak merupakan orang yang dipekerjakan oleh Universitas Pakuan.”
- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke empat belas, apakah Anda mempercayai sumber informasi dalam unggahan dari akun Instagram @official_unpak?”
- Responden : “Saya setuju dengan pertanyaan tersebut, karena admin dari akun Instagram @official_unpak merupakan orang yang dipekerjakan oleh Universitas Pakuan.”
- Peneliti : “Selanjutnya pertanyaan ke lima belas, apakah menurut Anda akun Instagram @official_unpak tepat waktu dalam mengunggah informasi tentang kegiatan akademik?”
- Responden : “Saya kurang setuju dengan pernyataan tersebut, karena terkadang harus ada yang meminta ke admin informasi tersebut diunggah dahulu baru informasinya diunggah oleh admin di akun Instagram @official_unpak.”
- Peneliti : “Baik ini pertanyaan terakhir, menurut Anda apakah akun Instagram @official_unpak tepat waktu dalam memberikan umpan balik/respons kepada mahasiswa yang membutuhkan informasi tambahan tentang kegiatan akademik?”
- Responden : “Saya kurang setuju dengan pernyataan tersebut, karena admin dari akun Instagram @official_unpak terkadang kurang cepat dalam merespon pertanyaan para mahasiswa di *direct message*.”
- Peneliti : “Baik terima kasih banyak Sauma, atas pendapatmu tentang pernyataan yang telah saya berikan.”
- Responden : “Baik terima kasih kembali del, senang bisa membantu dalam penelitian mu.”