



Nivedana

Jurnal Komunikasi dan Bahasa

E-ISSN: 2723-7664



@ the Author(s) 2025

Volume 6 Number 1, January-March 2025

Submitted 9 Dec 2024

Revised 3 Feb 2025

Accepted 29 March 2025

DOI : 10.53565/nivedana.v6i1.1510

PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM @bemkmipb_edu SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI DAN INFORMASI YANG MENDUKUNG KEBUTUHAN MAHASISWA IPB

Nora Niswatun Choirina¹, Mohamad Ghozali Meonawar², Leonard Dharmawan,³
Nabhila Manisya⁴, Maharani Azzahra⁵
Corresponding Author: noraniswatun4@gmail.com

Abstract

Advance in digital technology have changed the communication system, shifting from conventional media to social media which is faster and more efficient in disseminating information. Social media has now become the main platform that supports information needs, especially for students in academic environments. This research aims to analyze how the @bemkmipb_edu account utilizes the Instagram platform as a means of communication and information that supports the needs of IPB students. This research uses a qualitative approach which involves collecting data by interviewing key informants and informants, using Lasswell's communication theory. The research results show that Instagram is the optimal media thanks to its popularity among students, ease of access, and visual features that support the delivery of information quickly and interestingly.

Keywords: Information, Instagram, Student.

Abstrak

Kemajuan teknologi digital telah mengubah sistem komunikasi, mengalihkan dari media konvensional ke media sosial yang lebih cepat dan efisien dalam menyebarkan informasi. Media sosial kini menjadi platform utama yang mendukung kebutuhan informasi, terutama bagi mahasiswa di lingkungan akademik. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana akun @bemkmipb_edu memanfaatkan platform Instagram sebagai sarana komunikasi dan informasi yang mendukung kebutuhan mahasiswa IPB. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang merupakan pengumpulan data dengan cara wawancara key informan dan informan, dengan menggunakan teori komunikasi lasswell. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram menjadi media yang optimal berkat popularitasnya di kalangan mahasiswa, kemudahan akses, serta fitur visual yang mendukung penyampaian informasi secara cepat dan menarik.

Kata Kunci: Informasi, Instagram, Mahasiswa.

¹ IPB University, email: noraniswatun4@gmail.com

² IPB University, email: ghozali@uai.ac.id

³ IPB University, email: leonarddharmawan@gmail.com

⁴ IPB University, email: nabilamanisya@gmail.com

⁵ IPB University, email: ranimaharani@apps.ipb.ac.id

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri

Volume 6, Number 1, January-March 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi telah mengubah sistem informasi dan komunikasi dari media konvensional ke media digital, dengan maraknya aplikasi online saat ini memudahkan mahasiswa untuk mencari informasi tentang suatu organisasi dengan cepat dan langsung. Media sosial merupakan salah satu aplikasi yang dengan cepat mendapatkan popularitas di masyarakat saat ini, selain digunakan untuk berkomunikasi, media sosial juga digunakan untuk menyampaikan informasi secara cepat dan mempromosikan apapun. Media sosial adalah media yang aksesnya disediakan oleh Internet yang digunakan pengguna, sebuah media di internet menampilkan diri dan melakukan interaksi, berbagi, berkejasama, saling berkomunikasi dengan pengguna lain lalu membuat sebuah hubungan sosial secara digital (Nasrullah, 2015).

Media sosial berkembang karena ada teknologi yang juga semakin berkembang mengikuti kemajuan zaman. Media sosial tidak terlepas dari kemajuan zaman dan berkembangnya manusia yang semakin modern, tidak heran jika sekarang ini manusia tidak bisa terlepas dari peran internet maupun sosial media yang memudahkan kehidupan manusia. Tidak hanya informasi saja yang didapatkan, tetapi masih banyak hal lain yang didapatkan dari media sosial, misalnya untuk sarana hiburan atau tempat mengekspresikan diri, edukasi, dan hal lain sebagainya. Media sosial mempunyai segudang manfaat maupun dampak positif untuk penggunanya ketika penggunanya bijak dalam menggunakan media sosial tersebut. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Cahyono, 2016).

Penggunaan media sosial telah digunakan oleh mahasiswa sebagai media untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka, dengan perkembangan teknologi, tentu sangat memudahkan mahasiswa dalam mencari informasi dengan menggunakan media sosial yang mengutamakan optimalisasi pencarian informasi. Ada banyak media informasi tradisional digunakan oleh mahasiswa untuk mencari informasi untuk memenuhi kebutuhannya. Melalui media sosial orang-orang bisa saling berkomunikasi, berbagi cerita, ide dan aktivitas, serta informasi yang mereka miliki. Media sosial kini telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia. Salah satu platform yang sangat populer di kalangan masyarakat

Indonesia adalah Instagram. Media sosial adalah sebuah media online yang memfasilitasi para pengguna untuk dengan mudah memenuhi kebutuhan komunikasinya. Konsep lain mengatakan bahwa media sosial merupakan media online yang mendukung interaksi sosial. Implementasinya, media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Widada, 2018).

Berdasarkan data We Are Social (2023), per april jumlah pengguna Instagram global mencapai 1,63 miliar. Jumlah ini mengalami peningkatan sebesar 12,2% dibandingkan tahun sebelumnya, di Indonesia sendiri, terdapat 106 juta pengguna Instagram per April 2023 menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak keempat di dunia. Menggarisbawahi besarnya keterlibatan Instagram sebagai platform komunikasi yang diakses oleh berbagai berbagai kalangan masyarakat, termasuk mahasiswa, di lingkungan akademik akun Instagram @bemkmpb_edu memanfaatkan platform ini untuk memenuhi kebutuhan informasi akademik mahasiswa.

Akun Instagram @bemkmpb_edu menarik untuk diteliti karena memiliki fungsi utama sebagai sarana penyebaran informasi akademik dan non-akademik bagi mahasiswa IPB. Sebagai akun resmi Kementerian Akademik dan Prestasi, akun ini memanfaatkan Instagram untuk menyampaikan informasi secara cepat dan menarik melalui berbagai fitur visual. Dengan pendekatan interaktif seperti *Akpres Talk* dan kuis edukatif, akun ini tidak hanya memberikan informasi satu arah tetapi juga mendorong partisipasi mahasiswa dalam berbagai kegiatan kampus. Instagram atau biasa dikenal dengan IG didirikan pada tahun 2010, Instagram semakin populer dengan menghadirkan berbagai inovatif fitur yaitu Shopping, Instagram Reels, Instagram Stories dan banyak lagi Sari, (2020). Instagram terbentuk dari dua kata yaitu kata “insta” dan “gram”. Kata “insta” merupakan bagian dari kata instan yang artinya aplikasi Instagram dapat memposting foto atau video secara instan. Lalu kata “gram” yang merupakan bagian dari kata telegram yang artinya pengguna dapat memposting foto atau video secara cepat. Media sosial Instagram dikenal luas di semua kalangan masyarakat dan sering kali digunakan sebagai media informasi.

Menurut Sadiman (2015), media secara sederhana merupakan segala bentuk alat fisik yang dapat menyajikan dan menginformasikan pesan di dalamnya sebagai alat untuk belajar. Informasi sendiri merupakan data yang didapat dari fakta yang ada untuk diproses menjadi

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri

Volume 6, Number 1, January-March 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id

bentuk yang lebih berarti dan bermanfaat bagi pengguna. Media informasi juga berguna dalam penyebaran pesan yang ingin disampaikan si pengguna kepada penerima dengan baik. Melalui media informasi, manusia dapat mengetahui keadaan dan informasi yang sedang berkembang. Media informasi secara umum adalah alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi. Melalui media informasi masyarakat dapat mengetahui informasi yang ada serta dapat berinteraksi satu sama lain, @bemkmipb.edu merupakan akun official Kementerian Akademik dan Prestasi sebagai portal penyebaran informasi seputar akademik dan non akademik, dalam portal mahasiswa IPB bisa mendapatkan informasi tentang akademik seperti kalender informasi lomba dan kuis terkait ilmu pengetahuan.

Penelitian lain dilakukan oleh Ningsih, et al. (2022) yang berjudul Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Mahasiswaakhir.Id Sebagai Media Literasi Informasi Mahasiswa. Penelitian ini berfokus untuk Penelitian ini berfokus pada pemanfaatan akun Instagram @mahasiswaakhir.id sebagai media literasi informasi bagi mahasiswa. Tujuannya adalah untuk melihat bagaimana akun ini menyediakan konten edukatif, seperti video tips, tutorial, dan motivasi yang relevan dengan dunia perkuliahan. Akun tersebut bertujuan membantu mahasiswa memilih dan mengolah informasi yang mereka butuhkan, sehingga dapat meningkatkan pengetahuan serta keterampilan dalam berbagai aspek akademik, yang membahas penggunaan akun Instagram @mahasiswaakhir.id sebagai media literasi informasi untuk mahasiswa, khususnya melalui konten tips dan tutorial terkait dunia perkuliahan, seperti penggunaan Microsoft Word, Excel, dan pencarian sumber jurnal. Namun, penelitian belum mencakup analisis terhadap akun yang memiliki variasi konten lebih luas misalnya, akun yang juga menginformasikan kegiatan akademik, dunia internasional, dan kuis, yang lebih relevan untuk membentuk keterampilan dan wawasan mahasiswa secara menyeluruh.

Berdasarkan paparan di atas, penulis tertarik untuk meneliti mengenai Pemanfaatan Akun Instagram @bemkmipb_edu sebagai sarana komunikasi dan informasi yang mendukung kebutuhan mahasiswa IPB. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana akun @bemkmipb_edu memanfaatkan platform Instagram sebagai media informasi yang mendukung kebutuhan mahasiswa IPB. Sebagai akun resmi Kementerian Akademik dan Prestasi, @bemkmipb_edu bertujuan untuk menyediakan informasi terkait dunia akademik,

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri

Volume 6, Number 1, January-March 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id

mulai dari kalender akademik, pengumuman lomba, hingga kuis yang relevan dengan ilmu pengetahuan, dalam konteks era digital yang semakin berkembang, Instagram menjadi salah satu platform yang paling populer di kalangan mahasiswa, memungkinkan penyampaian informasi yang cepat, interaktif, dan mudah diakses.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, metode ini dipilih karena bertujuan memahami secara mendalam Pemanfaatan Akun Instagram @bemkmipb_edu sebagai Media Informasi Akademik Mahasiswa IPB. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan data yang bersifat deskriptif, dalam hal ini adalah Menteri Akademik dan Prestasi, Divisi COPM, Staff Kementerian Akademik dan prestasi. Penelitian ini dilaksanakan di kampus IPB University yang terletak di jalan Jl. Raya Dramaga, Babakan, Kec. Dramaga, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16680, dan dilaksanakan dalam pada tanggal 14-28 Oktober 2024. Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu dari data primer dan data sekunder. Data yang dianalisis berasal dari data primer yang mencakup informasi mengenai Pemanfaatan Akun Instagram @bemkmipb_edu sebagai sarana komunikasi dan informasi yang mendukung kebutuhan mahasiswa IPB. Data primer ini diperoleh melalui wawancara langsung dengan seluruh key informan. Selain itu, peneliti juga mengumpulkan beberapa data sekunder untuk memperoleh referensi informasi tambahan, baik dari artikel ilmiah maupun sumber-sumber yang ada di internet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Akun @bemkmipb.edu merupakan akun official Kementerian Akademik dan Prestasi yang berfungsi portal penyebaran informasi seputar akademik dan non akademik, dalam portal ini mahasiswa IPB bisa mendapatkan informasi tentang akademik seperti kalender informasi lomba dan kuis terkait ilmu pengetahuan. Alasan @bemkmipb_edu menggunakan instagram karena dinilai lebih cepat dalam menyampaikan informasi, yang mana informasi-informasi utama yang di share oleh @bemkmipb_edu itu di Instagram. Hal ini sejalan dengan pendapat Fauziyyah dan Rina, (2020) menyatakan bahwa Instagram memudahkan para pengguna untuk membagikan informasi kepada pengguna lainnya. Misalnya, jika pengguna

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri

Volume 6, Number 1, January-March 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id

ingin mengetahui informasi mengenai kota tertentu maka pengguna dapat mem-follow akun khusus yang menyajikan tentang informasi kota tersebut. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi Lasswell digunakan untuk menganalisis Pemanfaatan akun Instagram @bemkmipb_edu sebagai sarana komunikasi dan informasi yang mendukung kebutuhan mahasiswa IPB dengan berfokus pada lima elemen kunci yaitu Who (siapa), Says What (pesan yang disampaikan), In Which Channel (saluran/media), To Whom (audiens/penerima), dan With What Effect (dampak). Dalam konteks ini, Who atau komunikator adalah tim COPM yang bertindak sebagai pihak yang menyusun dan menyampaikan pesan kepada mahasiswa IPB.

Who (siapa/narasumber)

Who dapat diartikan sebagai sumber atau komunikator yaitu, pelaku atau pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi dan juga yang memulai suatu komunikasi. Pihak tersebut bisa seorang individu, kelompok, organisasi, maupun suatu negara sebagai komunikator. Center of Publication Media (COPM) merupakan komunikator atau narasumber yang beroperasi dan memiliki fungsi utama sebagai pengelola akun dan penghubung informasi antara organisasi kampus dan mahasiswa. COPM secara aktif terlibat dalam menyusun serta menyeleksi informasi yang akan dibagikan dengan melibatkan kolaborasi bersama Media Branding.

Melalui tahapan perbaikan secara berkala, COPM memastikan bahwa konten yang diunggah memenuhi standar kualitas baik dari segi penyampaian pesan maupun estetika visual, sehingga mempermudah mahasiswa dalam menerima informasi yang disampaikan. Hal ini sejalan dengan pendapat Fachrezi (2024) Bahwa ditengah arus informasi yang terus mengalir, desain komunikasi visual menjadi nyawa bagi setiap cerita yang ingin diceritakan, dengan penggunaan elemen-elemen estetika, seperti warna, tipografi, dan komposisi, pesan-pesan kompleks dapat diartikulasikan dengan lebih sederhana dan mengena.

Says What (pesan)

Says menjelaskan apa yang akan disampaikan atau dikomunikasikan kepada komunikan (penerima), dari komunikator (sumber) atau isi informasi. Pesan yang disampaikan melalui akun @bemkmipb_edu meliputi konten yang diunggah ke akun Instagram @bemkmipb_ informasi akademik seperti jadwal kegiatan, kalender informasi lomba, international area yang bermanfaat bagi mahasiswa. Setiap informasi yang disampaikan melalui unggahan dibuat

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 6, Number 1, January-March 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id

ringkas dan informatif agar mudah dipahami, menghindari teks yang bertele-tele sehingga dapat langsung diterima mahasiswa. Hal ini selaras dengan pendapat Waridah, (2016) bahwa komunikasi dan informasi melalui bahasa yang baik dan benar dalam satu organisasi Perusahaan adalah satu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.

Konten interaktif dan edukatif melalui program seperti Akpres Talk, COPM mengadakan sesi diskusi dengan narasumber yang berpengalaman, membahas topik-topik akademik dan pengembangan prestasi. Program ini dirancang untuk memotivasi mahasiswa, memberikan inspirasi, serta membuka wawasan terhadap beragam cara meningkatkan keterampilan dan kompetensi diri. Setiap konten yang diunggah juga mempertimbangkan aspek kebahasaan agar mudah dipahami dan tidak bertele-tele, memastikan mahasiswa tidak merasa terbebani dengan teks yang panjang.

In Which Channel (saluran/media)

Suatu alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik). Saluran atau media yang digunakan, yakni Instagram dipilih sebagai platform utama untuk menyampaikan informasi karena dinilai tepat dalam menjangkau mahasiswa yang cenderung aktif di media sosial dan menyukai akses cepat terhadap informasi. Hal ini dibuktikan oleh penelitian dari Listianingrum, et al (2021) Instagram dipilih sebagai media untuk menyampaikan informasi karena lebih banyak pengguna yang aktif di platform ini dibandingkan dengan media sosial lainnya. Informasi yang dibagikan juga dapat tersampaikan dengan lebih cepat.

Selain itu, cukup sering diterima pesan langsung dari pengguna yang menanyakan seputar informasi akademik. Fleksibilitas Instagram dalam mempublikasikan konten visual seperti foto, video, dan infografis memungkinkan COPM untuk menyajikan informasi dengan cara yang lebih menarik dan dinamis, yang sesuai dengan preferensi pengguna muda. Pemilihan waktu unggah juga diperhitungkan dengan cermat berdasarkan analisis keterlibatan audiens, seperti jam-jam puncak partisipasi mahasiswa di platform tersebut.

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 6, Number 1, January-March 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id

To Whom (siapa/penerima)

Seseorang yang menerima siapa bisa berupa suatu kelompok, individu, organisasi atau suatu Negara yang menerima pesan dari sumber. Hal tersebut dapat disebut tujuan (destination), pendengar (listener), khalayak (audience), komunikan, penafsir, penyandi balik (decoder). To Whom atau penerima pesan adalah mahasiswa IPB yang memiliki kebutuhan informasi baik akademik maupun non-akademik. Mahasiswa membutuhkan akses cepat ke berbagai informasi, mulai dari jadwal kegiatan akademik hingga peluang pengembangan diri. Berdasarkan masukan mahasiswa, COPM mengadaptasi kontennya untuk tetap relevan dan mudah diakses, termasuk survei terhadap konten-konten yang menarik minat mahasiswa IPB.

Pentingnya pengelolaan portal informasi yang tepat guna untuk mahasiswa ini juga telah dibahas dalam penelitian lain yang menyoroti bagaimana sistem informasi yang efektif dapat meningkatkan pengalaman mahasiswa dalam mengakses informasi penting (Rezkie, 2020) Selain itu, survei dan feedback yang terintegrasi secara langsung dengan keinginan mahasiswa menjadi cara untuk mengidentifikasi konten yang paling diminati, seperti program yang berbasis akademik, contohnya adalah program Akpres Talk, yang rutin diadakan dan mendapat sambutan positif dari mahasiswa karena relevansinya dengan topik yang diangkat. Maka, keberhasilan penyampaian informasi tidak hanya bergantung pada kecepatan dan keakuratan, tetapi juga dalam hal apa informasi tersebut bisa memenuhi kebutuhan dan preferensi audiensnya.

With what effect (dampak/efek)

Dampak atau efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber seperti perubahan sikap dan bertambahnya pengetahuan. Dampak yang dihasilkan Akun Instagram @bemkmipb_edu terbukti berhasil mengoptimalkan keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan kampus melalui penyediaan informasi yang relevan, seperti kalender lomba, yang memudahkan mahasiswa menemukan peluang kompetisi tanpa harus mencari informasi dari banyak sumber. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aminudin (2024), yang menyoroti bahwa penggunaan media sosial memberi akses lebih mudah ke informasi yang berguna bagi peserta didik, baik di bidang akademik maupun non-akademik. Konten interaktif, seperti kuis dan Akpres Talk, memfasilitasi mahasiswa untuk berkomunikasi dan membangun kedekatan, serta menciptakan

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri

Volume 6, Number 1, January-March 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id

ruang untuk dialog yang inklusif, ini mendukung temuan dari Fauzia, et al (2023), yang menunjukkan bahwa interaksi melalui media sosial memperkuat hubungan sosial antar mahasiswa dan memperkaya pengalaman mereka dalam kegiatan kampus. Selain itu, Hidayat (2020) mengungkapkan bahwa keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan akademik dan non-akademik dapat berkembang seiring dengan pemanfaatan media sosial yang menyediakan peluang untuk berkolaborasi dan memperluas jaringan mereka. Secara keseluruhan, konten yang diunggah oleh akun @bemkmipb_edu tidak hanya memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa, tetapi juga memfasilitasi keterlibatan lebih besar mereka dengan berbagai aktivitas kampus.

Akun @bemkmipb_edu memiliki kontribusi signifikan dalam menjembatani kebutuhan informasi antara mahasiswa dan organisasi kampus. Akun ini berkontribusi sebagai pusat informasi yang cepat dan terpercaya bagi mahasiswa untuk memperoleh informasi seputar akademik dan non akademik. Setiap konten telah melalui proses evaluasi rutin, termasuk mempertimbangkan umpan balik dari mahasiswa, yang dilakukan dua minggu sekali. Hal ini memungkinkan COPM untuk meningkatkan kualitas konten secara berkala, menyesuaikan dengan tren kebutuhan informasi yang berkembang di kalangan mahasiswa IPB.

Secara keseluruhan, akun Instagram ini tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun interaksi mahasiswa yang lebih aktif dan termotivasi. Melalui penyediaan informasi yang ringkas, relevan, dan menarik secara visual, akun ini memainkan peran penting dalam membangun koneksi antara mahasiswa dan lingkungan kampus, mendorong keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan, serta mendukung pencapaian akademik dan non-akademik yang lebih baik.

KESIMPULAN

Pemanfaatan akun Instagram @bemkmipb_edu sebagai sarana komunikasi dan informasi yang mendukung kebutuhan mahasiswa IPB terbukti efisien dalam menjembatani kebutuhan informasi akademik dan non-akademik. Berdasarkan analisis menggunakan teori komunikasi Lasswell, akun ini berfungsi sebagai pusat informasi yang menyampaikan pesan secara jelas dan ringkas kepada mahasiswa. Melalui pemilihan saluran yang tepat, yaitu Instagram, serta pemanfaatan berbagai fitur visual yang menarik, informasi seperti jadwal kegiatan, kalender

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 6, Number 1, January-March 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id

lomba, dan program-program pengembangan diri dapat disampaikan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami.

Hasil riset ini memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana strategi komunikasi digital dapat diterapkan dalam lingkungan akademik untuk meningkatkan akses informasi bagi mahasiswa. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi institusi pendidikan lain dalam mengelola akun media sosial agar lebih informatif dan interaktif, dengan memanfaatkan media sosial secara optimal, perguruan tinggi dan organisasi mahasiswa dapat menciptakan sistem komunikasi yang lebih responsif, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, K. Z., Soegiarto, A., Masyarakat, H., & Jakarta, U. N. (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Publikasi Subbagian Protokol Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur. *Jurnal Riset Komunikasi*.
- Anisah, N., Sartika, M., & Kurniawan, H. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Pada Mahasiswa. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*.
- Aprilizdihar, M., Pitaloka, E. D., & Dewi, S. (2022). Pemanfaatan Sosial Media sebagai Sarana Pembelajaran di Era Digital. *Journal of Digital Education, Communication, and Arts*.
- Ayutiani, D. N., & Putri, B. P. S. (2018). Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *Profesi Humas*, Vol. 3 No. 1.
- Budiman, H. (2017). Peran Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Pendidikan. *Al- Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam*.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung*.
- Damayanti, A., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @ rumahkimkotatangerang). *Jurnal Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*.
- Feroza, Cindie Sya'bania, and Desy Misnawati, (2020) Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*.
- Gumilar, G. & Zulfan, I. (2014). Penggunaan media massa dan internet sebagai sarana penyampaian informasi dan promosi oleh pengelola industri kecil dan menengah di bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*.
- Helen, H., & Rusdi, F. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jkinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers.

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 6, Number 1, January-March 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id

- Khairunnisa, S. P., & Triwardhani, I. J. (2020). Pemanfaatan Instagram oleh Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat sebagai Media Edukasi dan Informasi bagi Masyarakat. Bandung *Conference Series: Communication Management*.
- Listianingrum, R., Fitriana Poerana, A., & A. Arindawati, W. (2021). Strategi Komunikasi Melalui Media Instagram Dalam Memberikan Informasi Kepada Mahasiswa. *Jurnal Pustaka Komunikasi*.