

Hubungan Intensitas Penggunaan Instagram @bemsvundip_ Terhadap Tingkat Penerimaan Informasi di Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Astiara Soviana¹, Hafizha Ayu Fajrilianti², Neta Puspitarini³,
Nabilla Fasha Syaferi⁴, Imam Oka⁵, Nur Laili Mardiyani⁶

¹Universitas Diponegoro

1astisoviana@gmail.com; 2hafizhaayuu@gmail.com; 3puspita.rini.neta@gmail.com;
4nabillafs@gmail.com; 5imamoka16@gmail.com; nurlalili@lecturer.undip.ac.id

Article Information

Submitted :
March 30th,
2022

Accepted :
July 26th, 2022

Abstract

The existence of social media makes it easy for everyone to access and consume information, especially on Instagram. In Indonesia, Instagram users are dominated by the age group of 18—24, particularly filled by individuals who is currently a student. As an organization that sees this opportunity, Student Executive Board of Vocational School Diponegoro University (BEM SV UNDIP) 2021 provides information through content on Instagram. The purpose of this study was to determine the relationship between the Instagram usage intensity of Vocational School Diponegoro University students to the reception level of academic and non-academic information obtained through BEM SV UNDIP 2021's Instagram account by using uses and gratification theory as its framework. This study used primary data source from online questionnaire filled out by 96 respondents as sample which was determined by incidental sampling technique. The result of this study shows a very significant relationship with a significance value of 0.001 and test the correlation with the Kendal's Tau method, the correlation coefficient value of 0.328 which states a quite strong relationship between Instagram usage intensity by Vocational School students at Diponegoro University and the reception level of academic and non-academic information through BEM SV UNDIP 2021's Instagram account.

Keywords : usage; Instagram; information reception; academic; non-academic

Abstrak

Kehadiran media sosial mempermudah masyarakat untuk mengakses dan mengonsumsi informasi, khususnya melalui media sosial Instagram. Di Indonesia sendiri, pengguna Instagram didominasi oleh kelompok usia 18—24 tahun, yang mana mayoritas kelompok usia tersebut dipenuhi oleh mahasiswa. Sebagai organisasi yang melihat kesempatan tersebut, BEM Sekolah Vokasi (SV) Universitas Diponegoro (UNDIP) 2021 memberikan informasi melalui konten di Instagram. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan Instagram mahasiswa Sekolah Vokasi UNDIP terhadap tingkat penerimaan informasi akademik dan non-akademik yang didapatkan melalui akun BEM SV UNDIP 2021 dengan teori uses and gratification sebagai landasan penelitian. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dari kuesioner daring yang disebarakan kepada 96 responden sebagai sampel yang telah ditentukan melalui teknik insidental sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hubungan yang sangat signifikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 dan menguji korelasi menggunakan korelasi Kendall's tau dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,328 yang menyatakan hubungan yang cukup kuat antara intensitas penggunaan Instagram mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro terhadap tingkat penerimaan informasi akademik dan non-akademik melalui akun Instagram BEM SV UNDIP 2021.

Kata Kunci: intensitas penggunaan; Instagram; penerimaan informasi; akademik; non-akademik

PENDAHULUAN

Dengan eksistensi dan penggunaan teknologi yang semakin berkembang, memudahkan siapa saja untuk mengakses dan mendapatkan informasi dalam hitungan detik. Sarana informasi pun sudah masif kuantitas dan bentuknya, yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan. Salah satu sarana informasi yang digunakan secara masif oleh masyarakat dunia adalah media sosial. Media sosial menawarkan berbagai jenis informasi dengan bentuk yang beragam pula, mulai dari teks, visual, sampai audio visual yang bisa diakses oleh penggunanya kapan pun dan dimana pun. Melihat mudahnya aksesnya sarana informasi tersebut, membuat media sosial tak bisa lepas dari keseharian kita.

Instagram menjadi salah satu media sosial yang paling tinggi tingkat penggunaannya, dan angka penggunaannya pun dari tahun ke tahun dinilai meningkat. Secara global pada tahun 2020, Instagram telah menduduki peringkat ke-6 dengan jumlah 1.000 juta pengguna (Datareportal, 2020) sedangkan pada tahun 2021 meningkat menjadi peringkat ke-5 dengan jumlah pengguna sebanyak 1.221 juta (Dataportal, 2021). Di Indonesia sendiri, Instagram sangat populer eksistensinya di kalangan masyarakat muda. Dikutip dari databoks, Statista mengidentifikasi sebanyak 91,77 juta pengguna Instagram berasal dari Indonesia, dan didominasi oleh masyarakat pada kelompok umur 18—24 tahun yang mencapai sekitar 33,4 juta pengguna (Rizaty, 2021). Untuk perkembangan penggunaannya di Indonesia pun juga dinilai mengalami perkembangan. Terlihat dari hasil survey yang dilakukan oleh We Are Social dan Hootsuite yang di lansir melalui laman web (Haryanto, 2018) pada tahun 2018 sebesar 38% orang Indonesia mengakses media sosial Instagram dan berada pada peringkat 4 di bawah Facebook. Instagram juga masih menduduki peringkat 4 dengan persentase yang meningkat sebesar 80% dari populasi yang ada pada tahun 2019 (Datareportal, 2019). Artinya, terdapat peningkatan pula jumlah pengunjung yang mengakses Instagram. Namun, pada tahun 2020 persentase menurun menjadi 79% dari jumlah populasi penggunaan sosial media di Indonesia (Datareportal, 2020). Dan pada tahun 2021 penggunaan media sosial Instagram kembali meningkat pesat menjadi 86,6% dengan menggeser posisi Facebook sebagai peringkat 3 dari penggunaan platform sosial media terbanyak (Datareportal, 2021).

Adapun waktu yang dihabiskan masyarakat Indonesia dalam menggunakan Instagram berdasarkan survei yang dilakukan App Annie yang dilansir oleh databoks pun berkisar sebanyak 17 jam per bulannya, yang berarti perharinya masyarakat menghabiskan setidaknya 30 menit berselancar di Instagram pada tahun 2020 (Lidwina, 2021). Ditambah dengan adanya situasi pandemi ini, bisa saja intensitas penggunaannya semakin meningkat mengingat semua pertukaran informasi dan komunikasi dilakukan secara daring.

Dari segi penggunaannya, kalangan masyarakat di usia muda kerap kali memanfaatkan Instagram untuk mengikuti perkembangan berita dan informasi terkini. Sesuai dengan hasil survei yang dilakukan oleh Maverick Indonesia di tahun 2020 terhadap 453 responden berusia 18—32 tahun yang dikutip dalam databoks, terdapat 89% responden yang memang menggunakan Instagram sebagai wadah untuk mengakses berita atau informasi. (Bayu, 2020) Melihat data tersebut, maka tidak heran jika banyak organisasi yang memanfaatkan hal ini untuk menggencarkan konten-konten informatifnya melalui Instagram.

Dengan pengguna Instagram di Indonesia yang didominasi oleh kelompok usia 18—24 tahun, yang mana kelompok usia tersebut juga dipenuhi dengan individu yang berprofesi sebagai mahasiswa berdasarkan data yang disajikan dalam Statistik Pendidikan Tinggi 2020 oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (PDDikti Kemendikbud, 2020), pastinya akan mencari-cari informasi terkait dunia kuliah. Dalam sebuah penelitian pada tahun 2021 terkait penggunaan akun media sosial Instagram BEM Fakultas oleh mahasiswa, akun media tersebut dijadikan sebagai sumber informasi seputar perkuliahan, dengan 63,3% responden setuju akan hal tersebut, didukung dengan 16,7% responden yang sangat setuju serta 20% responden yang cukup setuju (Sari, 2021)

Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Sekolah Vokasi (SV) Universitas Diponegoro (UNDIP), yang juga merupakan BEM Fakultas, memiliki salah satu fungsi eksistensi untuk menyajikan informasi yang dibutuhkan

oleh mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang saat ini berjumlah 4.572 mahasiswa. Melalui akun Instagram-nya (@bemsvundip_) dengan jumlah pengikut sebanyak 11,6 ribu ini, BEM SV UNDIP menyebarluaskan informasi akademik maupun non-akademik yang dikemas dalam bentuk konten berupa foto serta video. Akan tetapi, jika dilihat dari interaksi konten yang diunggah oleh BEM SV UNDIP melalui akun Instagram-nya, akun yang diraih dan jumlah interaksi yang didapatkan tidak sebanding dengan jumlah mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.

Melihat data *insight* akun Instagram BEM SV UNDIP 2021 di bulan September ini yang didapatkan melalui Wakil Ketua Biro Media Informasi BEM SV UNDIP 2021, dapat disimpulkan bahwa BEM SV UNDIP 2021 rutin mengunggah konten setiap harinya. Sesuai dengan data yang telah didapatkan, diperkirakan bahwa BEM SV UNDIP 2021 setidaknya mengunggah 20 konten informatif setiap minggunya. Berdasarkan data *insight* akun Instagram BEM SV UNDIP 2021 ini juga dapat dilihat bahwa *accounts reached* serta *content interactions* yang didapatkan selama satu bulan dengan total unggahan informasi sebanyak 232 konten, BEM SV UNDIP 2021 hanya dapat meraih 23.000 akun dan 21.100 interaksi. Angka-angka tersebut tidak mencerminkan jumlah akun yang seharusnya dapat diraih dengan jumlah mahasiswa Sekolah Vokasi UNDIP sebanyak 4.572 orang untuk kuantitas konten sebanyak itu. Lebih spesifiknya lagi, berdasarkan jumlah akun yang mengakses informasi akademik dan non-akademik dari unggahan konten informatif BEM SV UNDIP 2021 melalui Instagram-nya selama satu minggu, didapati rata-rata seribu akun (baik yang mengikuti dan tidak mengikuti akun @bemsvundip_) yang telah menerima informasi untuk setiap unggahan. Hal ini memperkuat adanya ketidakseimbangan antara jumlah mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.

Melihat salah satu tujuan dari BEM SV Universitas Diponegoro adalah untuk menjadi salah satu wadah informasi utama bagi mahasiswa Sekolah Vokasi UNDIP, dilihat bahwa tingkat penerimaan informasi oleh mahasiswa dirasa masih kurang. Padahal, mahasiswa yang merupakan masyarakat berusia muda (18—24 tahun) termasuk kelompok pengguna Instagram terbesar di Indonesia, dengan waktu yang dihabiskan rata-rata 17 jam per bulannya untuk mengakses Instagram. Dengan durasi waktu yang disebutkan dan kontinuitas BEM SV UNDIP 2021 dalam mengunggah konten informatif, seharusnya cukup bagi mahasiswa yang menggunakan Instagram sebagai sumber informasi untuk mengonsumsi konten informatif BEM SV UNDIP ini.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka riset ini akan meneliti terkait hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap tingkat penerimaan informasi akademik dan non-akademik mahasiswa Sekolah Vokasi UNDIP melalui akun Instagram BEM SV UNDIP 2021.

METODE

Tinjauan Pustaka

Beberapa penelitian yang telah terbit sebelumnya memiliki relevansi dengan intensitas penggunaan Instagram serta tingkat penerimaan informasi dijadikan sebagai acuan dan bahan pembandingan dalam penelitian ini, seperti penelitian kuantitatif berjudul “Pengaruh Intensitas dan Motif Penggunaan Media Instagram Terhadap Kepuasan Mendapatkan Informasi Followers Akun @SoloInfo” oleh Ratih Kusuma Ningrum dan Edy Prihantoro di tahun 2020 silam dengan tujuan penelitian untuk mengetahui intensitas penggunaan media Instagram terhadap kepuasan mendapatkan informasi *followers* akun @soloInfo menggunakan teori *uses and gratifications* dengan tingkat informasi, yang mana hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa intensitas menggunakan media sosial Instagram berpengaruh terhadap kepuasan mendapatkan informasi bagi followers @soloInfo. Penelitian lainnya yang menjadi pembandingan adalah penelitian kuantitatif berjudul “Hubungan Antara Penggunaan Instagram @Universitaspadajaran Dengan Pemuasan Kebutuhan Informasi Followers” oleh Olga Tiara (2020) dengan tujuan untuk mengetahui seberapa erat hubungan antara penggunaan Instagram @universitaspadajaran dengan pemuasan kebutuhan informasi followers mengenai Universitas Padjadjaran dengan menggunakan teori *uses and gratifications*, dan menemukan hubungan yang kuat antara keduanya.

Terdapat kesamaan serta perbedaan antara penelitian yang akan kami laksanakan dengan penelitian terdahulu seperti teori yang digunakan. Penelitian-penelitian sebelumnya hanya menggunakan teori *Uses and Gratifications*, sedangkan penelitian ini menggunakan konsep terkait penerimaan informasi sebagai dasar pemikiran pendukung selain teori *Uses and Gratification* yang menitik beratkan pada khalayak yang berperan aktif memilih media dan juga informasi sesuai dengan kebutuhan. Selain itu, subjek penelitian serta variabel penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya, yang mana variabel terikat terfokus pada tingkat penerimaan informasi akademik dan non-akademik. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terdapat pada metode penelitian yang sama-sama menggunakan metode kuantitatif.

Teori Uses and Gratification

Dasar pemikiran penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification* yang dirumuskan oleh Blumler dan Katz pada tahun 1974. Teori ini menitik beratkan pada khalayak; bagaimana media diperlakukan oleh khalayak, bukan bagaimana media beserta isinya yang mempengaruhi publik. Teori *Uses and Gratification* membahas tentang pemenuhan kebutuhan manusia sebagai alasan untuk menggunakan media. Teori ini juga menjelaskan bahwa publik sepenuhnya memegang kendali dalam memutuskan media apa yang akan digunakan (Humaizi, 2018). Teori ini memiliki lima asumsi dasar, yaitu (1) khalayak berperan aktif dalam pemilihan media, (2) khalayak bebas memilih suatu media sesuai dengan kebutuhannya, (3) berbagai jenis media berlomba-lomba untuk menjadi pilihan publik dalam memuaskan kebutuhannya, (4) tujuan khalayak ditentukan oleh faktor pribadi, sosial, dan kontekstual, dan (5) keterkaitan antara penggunaan media dan dampaknya; berdasarkan situasi sosial dari asal khalayak. Teori ini sering dikaitkan dengan penggunaan media baru yakni internet. Ruggiero (Humaizi, 2018) mengemukakan bahwa dengan teori *Uses and Gratification*, peneliti dapat meneliti komunikasi berbasis internet melalui ciri-ciri seperti (1) Interactivity. Khalayak memegang kendali dan dapat mengubah perannya (komunikator menjadi komunikator, dan sebaliknya) dalam proses komunikasi, (2) Demassification. Peluang khalayak untuk memilih media internet yang lebih luas dan memungkinkan khalayak untuk menyesuaikan informasi yang diterima dengan kebutuhan, dan (3) Asynchronicity. Khalayak dapat berkomunikasi di waktu yang berbeda; dengan mengirim, menerima, serta menyimpan informasi sesuai kehendaknya melalui media internet.

Intensitas Penggunaan Instagram

Intensitas menurut Klaoh (Rinjani & Firmanto, 2013) merupakan suatu tingkat keseringan seseorang untuk melakukan sesuatu kegiatan yang didasari oleh perasaan senang akan kegiatan yang dilakukan. Intensitas berkaitan dengan perasaan seseorang yang mana ketika seseorang memiliki perasaan senang maka dapat melakukan suatu kegiatan secara berulang-ulang. Sedangkan menurut Chaplin (Akbari, 2016) mendefinisikan bahwa terdapat tiga pengertian mengenai intensitas yakni (1) satu sifat kuantitatif dari satu penginderaan, yang berhubungan dengan intensitas perangsangnya, (2) kekuatan sebuah tingkah laku atau pengalaman, (3) kekuatan yang mendukung suatu pendapat atau sikap. Selain menurut dua definisi diatas, Kartono dan Gulo (Akbari, 2016) juga menjelaskan intensitas merupakan suatu besar atau kekuatan suatu tingkah laku; jumlah energi yang dikeluarkan untuk bisa merangsang salah satu indera; serta merupakan ukuran fisik dari energi atau indera. Intensitas menurut Tubbs dan Moss (Sukmaraga, 2018) dipengaruhi oleh jumlah waktu ketika melakukan sesuatu. Sedangkan jumlah waktu sendiri akan ditinjau berdasarkan durasi yang dihabiskan suatu individu saat melakukan aktivitasnya serta frekuensi saat aktivitas tersebut dilakukan.

Intensitas seseorang dalam melakukan sesuatu dapat dilihat dari dua indikator menurut Horrigan (Akbari, 2016) yaitu frekuensi dan lama (durasi) waktu penggunaan. Indikator tersebut juga dijelaskan oleh Andarwati dan Sankarto (Kilamanca, 2010) yakni (1) Frekuensi diartikan mengenai seberapa banyak atau sering seseorang dalam mengakses sosial media, misalnya per hari, per minggu, atau per bulan, dan (2) Durasi yang diartikan

sebagai durasi penggunaan media sosial yang bergantung pada seberapa lama pengguna mengakses media sosial tersebut, misalnya per menit atau per jam.

Media sosial menurut Mandibergh (Nainggolan, 2018) adalah media yang dapat menampung kerja sama diantara penggunaanya dalam hal menghasilkan konten (user generated content). Hal yang paling menonjol dari media sosial yakni kemampuannya untuk mengetahui orang, membagikan berita dan informasi serta pengaplikasian kreativitas dalam bentuk konten. Adapun pengertian lain mengenai media sosial menurut Mayfield (Prihatiningsih, 2017) yaitu pemahaman yang paling baik dari jenis media online yang mencakup karakter-karakter antara lain : (1) Partisipasi yang mana media sosial mendorong kontribusi dan adanya umpan balik dari setiap orang yang tertarik, (2) Keterbukaan sebagai layanan media sosial yang terbuka untuk segala aktivitas umpan balik dan partisipasi, (3) Percakapan yang mana membuat komunitas yang dibentuk melalui media sosial dapat berkembang dengan cepat, (4) Komunitas yang dibentuk melalui media sosial dapat berkembang dengan cepat, dan (5) Konektivitas yang mana media sosial dapat terhubung ke dalam situs dan sumber orang lain. Selain pada definisi diatas, media sosial Menurut Osterrieder (Sukmaraga, 2018) memiliki kemampuannya untuk bisa membagikan konten dengan orang lain dalam bentuk gambar, video, maupun audio yang dapat diartikan bahwa media sosial menyesuaikan macam-macam kebutuhan penggunaanya. Oleh karena itu, menurut beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa media sosial dibangun atas kemudahan teknologi yang memungkinkan penggunaanya untuk menerima dan memberikan informasi dalam bentuk konten gambar, video, maupun audio sehingga bisa memunculkan komunikasi yang bersifat dua arah. Terdapat motif yang menjadikan media sosial sangat ramai digunakan, diantaranya adalah untuk bisa mengisi waktu luang dan mencari hiburan, berinteraksi dengan orang lain secara online hingga alasan terbesar yakni untuk bisa selalu up-to-date terkait pemberitaan terkini. Berdasarkan pendapat yang telah disampaikan oleh para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial adalah suatu tingkat keseringan seseorang untuk menggunakan media sosial, dimana tingkatan keseringan seseorang tersebut didasarkan oleh frekuensi dan durasi dari pengguna media sosial untuk mengakses konten-konten maupun informasi yang terdapat pada akun media sosial.

Di masa dewasa ini, media sosial telah menjadi media yang memiliki tingkat keseringan yang tinggi untuk penggunaannya salah satunya yaitu media sosial instagram. Menurut Aditya (Sukmaraga, 2018) instagram adalah aplikasi berbasis internet dan mobile yang memungkinkan penggunaanya mengambil foto maupun video secara instan serta membagikan momen tersebut pada orang lain. Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan instagram adalah besarnya kekuatan sikap dalam menggunakan media sosial Instagram sebagai media mengekspresikan diri maupun berbagi informasi yang didalamnya terjadi interaksi antar pengguna Instagram dalam waktu tertentu.

Sesuai dengan konsep-konsep yang telah diuraikan di atas, maka untuk mengetahui intensitas penggunaan Instagram, peneliti dapat mengukur berdasarkan (1) durasi penggunaan media sosial Instagram, serta (2) frekuensi penggunaan dalam jangka waktu tertentu menggunakan media sosial Instagram untuk memenuhi kebutuhannya.

Tingkat Penerimaan Informasi Akademik dan Non-akademik

Tingkat berarti suatu pangkat, kedudukan, lapisan atau kelas suatu susunan, dimana tingkat dalam kedudukan menandakan adanya suatu perbedaan tinggi rendahnya suatu posisi (Anggraini, 2021). Maka dari itu, tingkat menjadi pemisah antara posisi yang tinggi dengan yang rendah.

Informasi didefinisikan oleh McFadden, dkk (Fauzie, 2019) sebagai data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan data tersebut. Dari definisi tersebut dapat diartikan bahwa informasi merupakan alat untuk menambah pengetahuan seseorang. Sedangkan,

informasi menurut Sutabri (Fauzie, 2019) adalah data yang telah diolah atau diinterpretasikan untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Sehingga informasi dapat mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan.

Penerimaan informasi dapat didefinisikan sebagai hasil dari proses informasi yang diperoleh dengan berbagai cara dari berbagai saluran, sumber baik secara langsung seperti mendengar dari keluarga, teman, tetangga, dan lain-lain maupun dengan cara media perantara seperti iklan, internet, media sosial, dan lain-lain. Penerimaan informasi menurut Sutisna (Fauzie, 2019) membutuhkan proses yang akan menghasilkan persepsi seseorang dan penting untuk menyesuaikan tujuan dan isi pesan. Sehingga, seseorang dapat menerima suatu informasi karena dihasilkan dari proses informasi. Dimana proses penerimaan informasi tersebut melibatkan tiga unsur penting menurut (Fitriani, 2020) yakni, (1) Seleksi, manusia dapat memilih sumber informasi tertentu untuk digunakan lalu mengabaikan selainnya. Jadi seleksi dapat diartikan sebagai proses penyaringan oleh indera terhadap suatu rangsangan dari luar, (2) Interpretasi, sebagai proses mengorganisasikan informasi sehingga informasi tersebut dapat berarti bagi seseorang yang dipengaruhi oleh pengalaman, kepribadian serta intelektual seseorang, (3) Retensi Memori, menurut Dahar (Nur'ati, 2016) sebagai bertahannya materi yang dipelajari dalam memori dan tak terlupakan serta proses mental yang meliputi pengkodean, penyimpanan, dan pemanggilan kembali informasi dan pengetahuan yang semuanya terpusat di dalam otak menurut Bruno (Wardhanai, 2017).

Adapun penerimaan informasi dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti yang dikemukakan oleh Ruben dan Stewart (Alawiyah dan Hamid, 2017) dalam bukunya yaitu beberapa hal yang mempengaruhi proses penerimaan informasi yaitu (1) Tujuan dan kondisi seseorang sebagai penerima pesan baik tujuan jangka panjang maupun jangka pendek, berorientasi pada pekerjaan atau pribadi, (2) Kemampuan khusus yang dimiliki seperti mencerna dan mengakses suatu informasi, (3) Perbedaan gaya komunikasi yang mana individu terfokus pada gaya komunikasi verbal, (4) Pengalaman dan kebiasaan seperti pengalaman lalu dapat berpengaruh pada proses atau pola penerimaan informasi.

Informasi-informasi tersebut sangat beragam bentuk isinya, beberapa diantaranya untuk dunia pendidikan meliputi informasi akademik dan non-akademik. Dimana Akademik memiliki definisi berupa semua hal yang berhubungan dengan keilmuan (Afiah, 2012) dan berkaitan juga dengan kegiatan-kegiatan formal yang diselenggarakan oleh institusi atau lembaga dengan syarat tertentu (Kholik, 2017), sedangkan non akademik merupakan kegiatan yang dilakukan di luar kurikulum (Romadhina, 2019) yang dapat juga dikatakan sebagai hal-hal yang tidak berkaitan dengan keilmuan dan lebih mengacu pada keterampilan teknis dan praktik.

Dengan begitu, disimpulkan bahwa tingkat penerimaan informasi akademik dan non-akademik didefinisikan sebagai tahapan memproses suatu pesan terkait hal yang bersifat keilmuan maupun tidak yang ada di lingkungan institusi atau lembaga, yang mana tahapan yang dilalui berupa penyeleksian media, penafsiran informasi, sampai peretensian memori sehingga informasi dapat diterima oleh manusia.

Sesuai dengan konsep-konsep yang telah diuraikan di atas, maka untuk mengetahui tingkat penerimaan informasi akademik dan non-akademik, peneliti dapat mengukur berdasarkan (1) ketertarikan untuk mengonsumsi informasi yang disajikan, (2) respon yang diberikan dan dilakukan terhadap informasi, seperti berkomentar, menyebarluaskan informasi, dan lainnya, serta (3) upaya untuk menyimpan informasi.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian eksplanatori. Tipe penelitian eksplanatori (explanatory research) ini adalah sebuah tipe penelitian yang menjelaskan mengenai hubungan sebab-akibat antara dua variabel, dimana penelitian ini bertujuan untuk bisa mengetahui dan menjelaskan pengaruh antar variabel yang ada dan kemudian dilanjutkan dengan melakukan pengujian pada hipotesis (Sibali, 2020). Dengan penggunaan tipe penelitian eksplanatori diharapkan peneliti dapat mendapatkan hubungan antara intensitas penggunaan

Instagram yang merupakan variabel bebas (X), terhadap tingkat penerimaan informasi akademik dan non-akademik yang merupakan variabel terikat (Y).

Adapun sumber data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini berasal dari data primer dimana menurut Sugiyono (Wijaya, 2017) sumber primer merupakan data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Maka, dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah data hasil penyebaran kuesioner langsung kepada mahasiswa, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro, Semarang. Data tersebut akan langsung diolah oleh peneliti dari sampel yang menjadi sasaran penelitian kami.

Pada penelitian ini pula, peneliti menggunakan teknik non-probability sampling dengan jenis sampling insidental. Sampling insidental merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017). Karena hal tersebut peneliti akan memberikan kuesioner kepada mahasiswa aktif Sekolah Vokasi UNDIP yang menggunakan media sosial Instagram dan mengetahui eksistensi akun Instagram BEM SV UNDIP (@bemsvundip_), yang ditemui peneliti secara kebetulan. Sampel yang dibutuhkan sebanyak 96 dihitung dari jumlah mahasiswa aktif sekolah vokasi universitas diponegoro yaitu berjumlah 4.275, kemudian dihitung menggunakan rumus frank lynch dengan tingkat signifikansi 10% atau 0,1. Pengambilan sampel dilakukan selama 14 hari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 1. Karakteristik responden

No.	Karakteristik	Keterangan	F	%
1	Program Studi	D4 Informasi dan Hubungan Masyarakat	48	50,00
		D4 Akuntansi Perpajakan	12	12,50
		D4 Bahasa Asing Terapan	3	3,12
		D4 Manajemen dan Administrasi Logistik	8	8,33
		D4 Perencanaan Tata Ruang dan Pertanahan	1	1,04
		D4 Rekayasa Perancangan Mekanik	1	1,04
		D4 Teknik Infrastruktur Sipil dan Perancangan Arsitektur	7	7,29
		D4 Teknik Listrik Industri	1	1,04
		D4 Teknologi Rekayasa Kimia Industri	9	9,37
		D4 Teknologi Rekayasa Otomasi	6	6,25
Total			96	100.0
2	Angkatan	2018	2	2,1
		2019	80	83.3
		2020	10	10,4
		2021	4	4,2
		Total		

(Hasil Penelitian, 2021)

Berdasarkan data dari hasil penelitian yang didapat dari sampel berjumlah 96 responden, responden berdasarkan karakteristik program studi D4 Informasi dan Hubungan Masyarakat lebih banyak yaitu berjumlah 48 responden, sedangkan responden yang paling sedikit berasal dari program studi D4 Perencanaan Tata Ruang dan Pertanahan serta D4 Teknik Listrik Industri dimana masing-masing hanya terdapat 1 responden. Penelitian mengenai Hubungan Intensitas Penggunaan Instagram @bemsvundip_ Terhadap Tingkat

Penerimaan Informasi di Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro juga menunjukkan hasil data bahwa mahasiswa yang paling banyak menjadi responden berasal dari angkatan 2019 sebanyak 80 responden, dilanjutkan angkatan 2020 sejumlah 10 responden, angkatan 2021 sejumlah 4 responden, dan responden paling sedikit yaitu 2 responden berasal dari angkatan 2018.

Tabel 2. Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

No.	Keterangan		F	%
1	Frekuensi Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Sehari	Kurang dari 20 kali	23	24
		20–30 kali	39	40,6
		30–40 kali	25	26
		40–50 kali	4	4,2
		Lebih dari 50 kali	5	5,2
Total			96	100
2	Durasi Penggunaan Instagram dalam Sehari	Kurang dari 1 jam	15	15,6
		1 jam	12	12,5
		2 jam	20	20,8
		3 jam	12	12,5
		Lebih dari 3 jam	37	38,5
Total			96	100.0

(Hasil Penelitian, 2021)

Sebagai salah satu dampak perkembangan teknologi digital, kini media sosial khususnya Instagram sangatlah digemari oleh kalangan masyarakat tanpa terkecuali mahasiswa, hal tersebut dibuktikan dengan data penelitian yang menunjukkan bahwa dari 96 responden semuanya menggunakan media sosial Instagram dalam sehari dan bahkan 5 diantaranya menggunakan media sosial Instagram lebih dari 50 kali sehari. Selain itu data penelitian yang didapatkan dari mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro menunjukkan bahwa durasi terbanyak mahasiswa menggunakan media sosial Instagram adalah lebih dari 3 jam dengan 37 responden dan durasi penggunaan media sosial Instagram yang paling sedikit diakses adalah sekitar 1 atau 3 jam.

Tabel 3. Ketertarikan untuk Mengonsumsi Informasi Akademik dan Non-Akademik dari Instagram BEM SV UNDIP

No.	Keterangan		F	%
1	Menggunakan media sosial Instagram sebagai sumber informasi	Sangat Setuju	41	42,7
		Setuju	40	41,7
		Netral	13	13,5
		Tidak Setuju	2	2,1
		Sangat Tidak Setuju	0	0
Total			96	100.0
2	Memiliki preferensi akun-akun tertentu dalam mengonsumsi informasi	Sangat Setuju	36	37,5
		Setuju	51	53,1
		Netral	9	9,4
		Tidak Setuju	0	0
		Sangat Tidak Setuju	0	0
Total			96	100.0

3	Kerap mencari tahu dan mengonsumsi informasi akademik dan non-akademik di berbagai akun media sosial Instagram	Sangat Setuju	35	36,5
		Setuju	48	50
		Netral	11	11,5
		Tidak Setuju	2	2,0
		Sangat Tidak Setuju	0	0
Total			96	100,0
4	Mengandalkan akun Instagram BEM SV Undip 2021 untuk mendapat informasi akademik dan non-akademik	Sangat Setuju	17	17,7
		Setuju	40	41,7
		Netral	33	34,4
		Tidak Setuju	6	6,3
		Sangat Tidak Setuju	0	0
Total			96	100,0
5	Akun BEM SV Undip 2021 dapat dijadikan sebagai sumber informasi utama	Sangat Setuju	7	7,3
		Setuju	30	31,3
		Netral	34	35,4
		Tidak Setuju	23	24
		Sangat Tidak Setuju	2	2,1
Total			96	100,0
6	Tertarik dengan informasi akademik dan non-akademik yang disajikan oleh BEM SV UNDIP 2021 melalui Instagram	Sangat Setuju	13	13,5
		Setuju	53	55,2
		Netral	22	22,9
		Tidak Setuju	6	6,3
		Sangat Tidak Setuju	2	2,1
Total			96	100,0

(Hasil Penelitian, 2021)

Sesuai dengan tabel yang telah disajikan terkait ketertarikan audiens dalam mengonsumsi informasi sebagai indikator pertama dari tingkat penerimaan informasi, dapat dilihat bahwa responden bisa dikatakan tertarik untuk mengonsumsi informasi akademik dan non-akademik dari akun Instagram BEM SV UNDIP, yang mana dibuktikan dengan data penelitian yang menunjukkan bahwa di antara 96 responden, mayoritas responden memang menggunakan media sosial Instagram sebagai sumber media informasi mereka. Sebanyak 87 responden juga terlihat memiliki preferensi tersendiri akan akun-akun tertentu dalam mengonsumsi informasi. Selain itu, terdapat kecenderungan responden untuk berselancar di berbagai akun Instagram untuk mencari tahu dan mengonsumsi informasi akademik dan non-akademik yang ditandai dengan 48 responden dan 17 responden yang menjawab setuju dan sangat setuju. Mayoritas responden juga memiliki perilaku yang mengandalkan akun Instagram BEM SV UNDIP untuk mendapatkan informasi seputar perkuliahan dengan 57 responden yang setuju akan hal tersebut. Akun BEM SV UNDIP juga dikatakan dapat dijadikan sumber informasi utama oleh sebagian besar responden oleh 37 responden. Melihat keseluruhan data yang didapatkan di atas, bisa disimpulkan bahwa responden memiliki ketertarikan yang tinggi akan mengonsumsi informasi dari akun Instagram BEM SV UNDIP.

Tabel 4. Respon (seperti *like*, *comment*, *share*) terhadap Informasi Akademik dan Non-Akademik dari Instagram BEM SV UNDIP

No.	Keterangan	F	%	
1	Jarang melewati konten yang disajikan oleh BEM SV UNDIP 2021 yang	Sangat Setuju	6	6,3
		Setuju	16	16,7

	muncul di Instagram Story dan Postingan Instagram	Netral	43	44,8
		Tidak Setuju	29	30,2
		Sangat Tidak Setuju	2	2,1
	Total		96	100.0
2	Sering memberikan respon like terhadap informasi yang diunggah oleh akun Instagram BEM SV UNDIP 2021	Sangat Setuju	6	6,3
		Setuju	24	25
		Netral	34	35,4
		Tidak Setuju	26	27,1
		Sangat Tidak Setuju	6	6,3
	Total		96	100.0
3	Kerap meninggalkan komentar terhadap informasi yang diunggah oleh akun Instagram BEM SV UNDIP 2021	Sangat Setuju	0	0
		Setuju	8	8,3
		Netral	42	43,8
		Tidak Setuju	35	36,5
		Sangat Tidak Setuju	11	11,5
	Total		96	100.0
4	Kerap membagikan ulang informasi yang disajikan BEM SV UNDIP 2021 ke story Instagram pribadi	Sangat Setuju	3	3,1
		Setuju	15	15,6
		Netral	46	47,9
		Tidak Setuju	26	27,1
		Sangat Tidak Setuju	6	6,3
	Total		96	100.0
5	Kerap meneruskan informasi yang disajikan BEM SV UNDIP 2021 ke teman melalui Direct Message	Sangat Setuju	1	1
		Setuju	27	28,1
		Netral	47	49
		Tidak Setuju	19	19,8
		Sangat Tidak Setuju	2	2,1
	Total		96	100.0

(Hasil Penelitian, 2021)

Tingkat penerimaan informasi juga diukur dari respon para responden terhadap informasi yang disajikan. Sesuai dengan data yang telah diperoleh, 43 dari 96 responden bersikap netral terkait perilaku melewatkan informasi yang disajikan oleh BEM SV UNDIP yang muncul di beranda Instagram mereka. Selain itu, 34 responden juga terlihat netral dalam perilaku memberi respon like terhadap informasi yang disajikan akun Instagram BEM SV UNDIP, sedangkan responden lainnya cenderung jarang melakukannya. Sebanyak 42 responden juga tidak selalu meninggalkan komentar pada informasi yang diberikan, dan responden-responden lain juga cenderung jarang memberi komentar. Mayoritas responden juga ditemukan sesekali menyebarkan ulang informasi dari akun Instagram BEM SV UNDIP, dengan 46 responden bersikap netral dalam penyebaran ulang informasi melalui story Instagram-nya dan responden lain yang cenderung jarang melakukannya, serta 47 responden bersikap netral dalam penyebaran informasi melalui direct message dan responden lainnya cenderung sering mengirim informasi yang didapatkan ke teman-temannya melalui direct message.

Tabel 5. Upaya Responden untuk Menyimpan Informasi dengan Bantuan Fitur Save atau Screenshot

No.	Keterangan		F	%
1	Informasi yang dibagikan oleh BEM SV UNDIP 2021 melalui Instagram-nya mudah untuk dimengerti dan diingat	Sangat Setuju	16	16,7
		Setuju	50	52,1
		Netral	27	28,1

		Tidak Setuju	3	3,1
		Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total		96	100.0
2	Kerap menyimpan informasi yang diunggah oleh akun Instagram BEM SV UNDIP 2021 melalui fitur Save atau Screenshot	Sangat Setuju	6	6,3
		Setuju	46	47,9
		Netral	36	37,5
		Tidak Setuju	5	5,2
		Sangat Tidak Setuju	3	3,1
	Total		96	100.0
3	Informasi yang disajikan BEM SV UNDIP 2021 melalui Instagram memenuhi kebutuhan akan informasi akademik dan non-akademik	Sangat Setuju	12	12,5
		Setuju	50	52,1
		Netral	29	30,2
		Tidak Setuju	5	5,2
		Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total		96	100.0

(Hasil Penelitian, 2021)

Indikator selanjutnya untuk mengukur tingkat penerimaan informasi adalah upaya responden untuk menyimpan informasi yang disampaikan oleh akun Instagram BEM SV UNDIP dengan memanfaatkan fitur Save atau Screenshot, yang mana dari tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden mengatakan bahwa informasi yang diberikan oleh BEM SV UNDIP mudah dipahami dan diingat, dengan 50 responden dan 16 responden yang menjawab setuju dan sangat setuju akan hal tersebut. Sebanyak 46 responden juga sering menyimpan informasi yang ada di akun Instagram BEM SV UNDIP dengan memanfaatkan fitur Save yang disediakan oleh Instagram, maupun meng-screenshot informasi tersebut. Sebagian besar responden (yaitu sebesar 50 responden) juga setuju bahwa informasi yang diunggah oleh akun Instagram BEM SV UNDIP memenuhi kebutuhan mereka akan informasi akademik dan non-akademik.

Pembahasan

Hubungan antara intensitas penggunaan Instagram mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro (variabel X) terhadap tingkat penerimaan informasi akademik dan non-akademik di Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro melalui Akun Instagram BEM SV UNDIP 2021 (variabel Y) bila dilihat dari hasil uji hipotesis menggunakan uji korelasi Kendall's Tau menunjukkan hubungan yang positif, sangat signifikan, dan cukup kuat, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.328 serta nilai signifikansi sebesar 0.001. Hasil riset ini menandakan bahwa peran intensitas penggunaan Instagram oleh mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro sangat berpengaruh walaupun kontribusinya dalam tingkat penerimaan informasi akademik dan non-akademik mahasiswa di lingkungan fakultas melalui akun Instagram BEM SV UNDIP 2021 tidak terlalu banyak. Dengan begitu, semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram oleh mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, maka tingkat penerimaan informasi akademik dan non-akademik mereka akan semakin tinggi juga.

Adanya hubungan yang sangat signifikan dan cukup kuat antara kedua variabel membuktikan kebenaran dari teori *Uses and Gratification*, yang mana dalam teori ini menyebutkan bahwa khalayak berperan aktif dalam memilih media dan informasi yang ada sesuai kebutuhannya dan berperan interaktif selama proses tersebut berlangsung. Teori tersebut sesuai dengan hasil yang diperoleh dalam riset ini, yang mana didapati bahwa responden yang merupakan mahasiswa aktif Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro memiliki preferensi akun dalam mengonsumsi informasi di Instagram, dan akun BEM SV UNDIP 2021 merupakan akun yang diandalkan oleh mahasiswa untuk mendapatkan informasi akademik maupun non-akademik. Responden juga interaktif terhadap informasi-informasi yang diunggah oleh BEM SV UNDIP 2021 melalui Instagram, dengan kerap

menekan tombol like, meninggalkan komentar, membagikan ulang, serta menyimpan informasi yang diunggah. Proses serta perilaku interaktif ini juga sejalan dengan konsep proses penerimaan informasi (Fitriani, 2020) yang memuat unsur penting seperti seleksi, interpretasi, dan retensi memori.

Hasil riset ini menemukan indikator dominan dalam variabel intensitas penggunaan Instagram adalah durasi penggunaan Instagram selama satu hari, yang menunjukkan frekuensi lebih tinggi dibanding indikator lainnya. Ruben dan Stewart dalam bukunya (Alawiyah dan Hamid, 2017) juga mengemukakan bahwa pengalaman dan kebiasaan mempengaruhi proses penerimaan informasi. Pernyataan ini didukung dan selaras dengan indikator pada variabel intensitas penggunaan Instagram yaitu durasi penggunaan Instagram dalam satu hari yang menunjukkan frekuensi tinggi. Dengan tingginya durasi penggunaan Instagram oleh mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, maka mengindikasikan bahwa menggunakan Instagram dalam keseharian sudah menjadi kebiasaan dan akan mempengaruhi proses penerimaan informasi. Didukung juga dengan keseringan mahasiswa untuk mencari dan mengonsumsi informasi akademik dan non-akademik melalui Instagram sebagai indikator variabel tingkat penerimaan informasi akademik dan non-akademik yang memiliki frekuensi yang tinggi, yang mana mengindikasikan bahwa semakin sering mahasiswa mencari dan mengonsumsi informasi, maka perilaku tersebut akan menjadi sebuah perilaku repetitif yang mempengaruhi proses dan tingkat penerimaan informasi. Selain itu, dijelaskan juga dalam kerangka teori bahwa penyeleksian dalam proses penerimaan informasi menjelaskan terkait pemilihan sumber informasi tertentu untuk digunakan oleh manusia dan mengabaikan selainnya (Fitriani, 2020). Konsep tersebut sejalan dengan hasil riset pada indikator variabel tingkat penerimaan informasi akademik dan non-akademik (Y), yaitu ketertarikan mengonsumsi informasi perkuliahan dari Instagram BEM SV UNDIP 2021 dengan frekuensi yang tinggi pada pengendalian akun Instagram BEM SV UNDIP 2021 serta frekuensi yang cukup tinggi pada pemilihan akun BEM SV UNDIP 2021 sebagai sumber informasi utama. Melihat hal tersebut, responden secara tidak langsung mengindikasikan kecondongan pada akun Instagram BEM SV UNDIP 2021 yang cenderung mengabaikan akun lainnya

KESIMPULAN

Melihat hasil data dan pembahasan analisis terkait hubungan antara intensitas penggunaan Instagram terhadap tingkat penerimaan informasi akademik dan non-akademik mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro melalui akun Instagram BEM SV UNDIP 2021, didapati hubungan yang sangat signifikan antara intensitas penggunaan Instagram terhadap tingkat penerimaan informasi akademik dan non-akademik mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro melalui akun Instagram BEM SV UNDIP 2021, ditandai dengan nilai signifikansi sebesar 0.001 yang diuji melalui uji korelasi Kendall's tau. Hal ini mengindikasikan bahwa intensitas penggunaan Instagram mempunyai hubungan yang sangat nyata dengan tingkat penerimaan informasi akademik dan non-akademik mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro melalui akun Instagram BEM SV UNDIP 2021. Selain itu, didapati juga tingkat kekuatan hubungan yang dimiliki antara intensitas penggunaan Instagram terhadap tingkat penerimaan informasi akademik dan non-akademik mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro melalui akun Instagram BEM SV UNDIP 2021 yang tergolong cukup kuat, ditandai dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.328. Dengan begitu, dapat dikatakan apabila intensitas penerimaan informasi akademik dinilai tinggi, maka tingkat penerimaan informasi akademik dan non-akademik mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro melalui akun Instagram BEM SV UNDIP 2021 juga akan cenderung tinggi.

Melihat hasil korelasi yang ditunjukkan antara intensitas penggunaan Instagram (variabel X) dan tingkat penerimaan informasi akademik dan non-akademik (variabel Y) memiliki tingkat keeratan hubungan yang tergolong cukup kuat, disarankan kepada peneliti lainnya yang ingin meneruskan kembali riset dengan judul yang serupa untuk menambahkan item-item pertanyaan yang dapat menghasilkan hasil korelasi yang lebih akurat dan kredibel, serta menambahkan variabel-variabel tambahan untuk menemukan hubungan yang lebih

mempengaruhi tingkat penerimaan informasi akademik dan non-akademik, melihat variabel intensitas penggunaan Instagram hanya memberikan pengaruh yang cukup kuat terhadap tingkat penerimaan informasi akademik dan non-akademik. Berdasarkan hasil analisis penelitian yang menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat sangat signifikan dan memiliki keeratan yang cukup kuat, maka jika terdapat akun penyedia informasi serupa yang ingin menyebarkan informasi akademik dan non-akademik di suatu instansinya dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai dasar pertimbangan untuk melanjutkan niatnya dalam menyebarkan informasi tersebut melalui instagram yang dimilikinya. Melihat adanya hubungan yang sangat signifikan dan keeratan korelasinya cukup kuat, maka alangkah lebih baiknya akun instagram BEM SV UNDIP 2021 dapat memaksimalkan penyebaran informasinya sehingga dapat menjangkau lebih banyak lagi sasaran beserta feedback yang diterimanya. Maka, saran peneliti untuk mengatasi permasalahan ketidakseimbangan account reach maupun content interaction pada akun BEM SV Undip 2021 dengan jumlah Mahasiswa Sekolah Vokasi Undip khususnya yang mengetahui eksistensi akun instagram BEM SV UNDIP 2021 tersebut yaitu dengan mengawasi serta menganalisis jenis konten dan media yang paling banyak disukai dan mendapat *feedback* dari mahasiswa SV UNDIP sehingga hal ini nantinya akan berpeluang dalam meningkatkan accounts reached serta content interaction pada akun Instagramnya.

REFERENCES

- Afiah, Izmah. (2012). Korelasi antara potensi akademik, motivasi belajar dengan prestasi akademik pada siswa kelas x program unggulan MAN Tambakberas Jombang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Akbari, Yuzi V. R. (2016). Hubungan Intensitas Penggunaan Sosial Media terhadap Perilaku Belajar Mata Pelajaran Produktif pada Siswa Kelas XI Jasa Boga di SMK 3 Klaten. Skripsi Sarjana, Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta.
- Alawiyah, Tuti & Hamad, Ibnu (2017). Penerimaan Informasi Melalui Digital Talking Book Oleh Siswa Tunanetra. *Jurnal Teknodik*, 21(1).
- Anggraini, Nurul M. (2021). ANALISIS KEPUTUSAN WANITA MENIKAH UNTUK BEKERJA. Skripsi S-1 Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulung Agung, Tulung Agung.
- Bayu, Dimas J. (2020, Desember 17). Instagram jadi Media Sosial Terfavorit Anak Muda dalam Mengakses Berita. (2020). Diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/12/17/instagram-jadi-media-sosial-terfavorit-anak-muda-dalam-mengakses-berita> pada 5 Oktober 2021.
- Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2020). Statistik Pendidikan Tinggi Tahun 2020. Jakarta: Setditjen Dikti, Kemendikbud.
- Fauzie, Emier R. (2019). *PENGARUH PENERIMAAN INFORMASI PADA AKUN INSTAGRAM@ KOINWORKS TERHADAP SIKAP FOLLOWERS AKTIF MENGENAI PENANAMAN MODAL* (Doctoral dissertation).
- Fitriani, Sofi. (2020). Pengaruh Acara Cooking Show Bagi Mahasiswa Tata Boga. Surabaya: Scopindo.
- Haryanto, Agus T. (2018). 130 Juta Orang Indonesia Tercatat Aktif di Medsos. detikinet. Diakses melalui <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos> pada 9 November 2021.
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. Medan: USU Press.
- Kemp, Simon. (2019, Januari 31). Digital 2019: Indonesia — DataReportal – Global Digital Insights. DataReportal – Global Digital Insights. Diakses melalui <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia> pada 9 November 2021.
- Kemp, Simon. (2020, Februari 18). Digital 2020: Indonesia — DataReportal – Global Digital Insights. DataReportal – Global Digital Insights. Diakses melalui <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia> pada 9 November 2021.
- Kemp, Simon. (2021, Februari 11). Digital in Indonesia: All the Statistics You Need in 2021 — DataReportal – Global Digital Insights. DataReportal – Global Digital Insights. Diakses melalui <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia> pada 9 November 2021.
- Kholik, Abdul. (2017). *STANDAR PENGELOLAAN AKADEMIK DAN NON AKADEMIK DI MTs NEGERI BABAKANKABUPATENTEGAL* (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- Kilamanca, Desiana F. (2010). Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi dan Keterbukaan Diri Dengan Intensitas Mengakses Situs Jejaring Sosial Pada Remaja. Universitas Sebelas Maret: Surakarta.
- Lidwina, Andrea. (2021, Februari 17). Durasi Bermedia Sosial Masyarakat Indonesia Semakin Lama pada 2020. Diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/17/durasi-bermedia-sosial-masyarakat-indonesia-semakin-lama-pada-2020> pada 5 Oktober 2021.

- Nainggolan, Yunita (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram Untuk Menunjang Peran Duta Wisata 2016-2017 Dalam Mempromosikan Pariwisata di Kalimantan Timur. *E-Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(3).
- Ningrum, Ratih K, & Prihantoro, Edy. (2020). Pengaruh Intensitas dan Motif Penggunaan Media Instagram terhadap Kepuasan Mendapatkan Informasi Followers Akun @soloinfo. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 2(2).
- Nur'ati, St. (2016). *Perbandingan Retensi Peserta Didik dengan Strategi Pembelajaran Generatif dan Siklus pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam di SMA Negeri 1 Bantaeng* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Alauddin Makassar).
- Prihatiningsih, Witanti. (2007). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication*, 7(1).
- Rinjani, Hefrina & Firmanto, Ari. (2013). Kebutuhan Afiliasi Dengan Intensitas Mengakses Facebook Pada Remaja. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 1(1).
- Rizaty, Monavia A. (2021, Agustus 3). Inilah Negara Pengguna Instagram Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa?. Diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa> pada 5 Oktober 2021.
- Romadhina, Lailiatul. (2019). Peran guru pendamping ekstrakurikuler dalam meningkatkan prestasi non akademik siswa MTs Al-Hayatul Islamiyah Kedung Kandang Kota Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Sari, Ade Nur Atika. (2021). "Dampak Media Sosial Instagram BEM FISIP Uniska Terhadap Sikap Perilaku Dan Prestasi Akademik S1 FISIP Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin. *Mutakallimin; Jurnal Ilmu Komunikasi* 4 (1) : 43-51
- Sibali, Nawawi D. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi terhadap Motivasi dan Komitmen Organisasi pada Politeknik Negeri Samarinda. *External Journals Collection*, 10(1).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sukmaraga, I Gusti Bagus G. (2018). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instragram Dan Materialisme Pada Remaja. Universitas Sanata Dharma:Yogyakarta.
- Tiara, Olga. (2020). HUBUNGAN ANTARA PENGGUNAAN INSTAGRAM@ universitaspadjajaran DENGAN PEMUASAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS MENGENAI UNIVERSITAS PADJADJARAN (Doctoral dissertation).
- Wijaya, Ricky. (2017). *DESAIN GAJI POKOK PT TRANS MITRA SAMUDRA SEMARANG* (Doctoral dissertation, Unika Soegijapranata Semarang).