



Persepsi Mahasiswa Terhadap Keterbukaan Informasi Mengenai Media Sosial Instagram @Fisipupr Pada Jurusan Administrasi Negara

Aditia Pebrian ¹⁾; Marselyno Setiabuyung ²⁾; Bhayu Rhama ³⁾; Suprayitno ⁴⁾; Edward Melio Bertho ⁵⁾

¹²³⁴⁵⁾ *Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, Universitas Palangka Raya*
Email: ¹⁾ aditiapebrian47@gmail.com ;²⁾ marselynosb@gmail.com ;³⁾ bhayurhama@fisip.upr.ac.id
⁴⁾ suprayitno@fisip.upr.ac.id ;⁵⁾ edward.mb@fisip.upr.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [06 November 2025]
Revised [14 Desember 2025]
Accepted [21 Desember 2025]

KEYWORDS

Information Transparency, Public Communication, Social Media, Student Perception.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Keberhasilan komunikasi publik di perguruan tinggi sangat dipengaruhi oleh keterbukaan informasi yang transparan dan mudah diakses melalui media digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana persepsi mahasiswa berpengaruh terhadap keterbukaan informasi melalui akun media sosial resmi Instagram @fisipupr pada Jurusan Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Palangka Raya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei daring terhadap 108 mahasiswa aktif angkatan 2025. Data dikumpulkan menggunakan skala Likert 1–4 dan dianalisis dengan model statistik deskriptif menggunakan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap keterbukaan informasi melalui akun @fisipupr berada pada kategori baik dengan nilai rata-rata 3,08. Indikator kebutuhan informasi (3,16) dan kemudahan akses (3,17) memperoleh skor tertinggi, menunjukkan bahwa akun tersebut efektif dalam menyampaikan informasi yang cepat, jelas, dan mudah dipahami. Namun, indikator partisipasi dan interaksi memperoleh skor terendah (2,74), menandakan perlunya peningkatan komunikasi dua arah antara mahasiswa dan pihak fakultas. Secara keseluruhan, akun @fisipupr berperan penting sebagai sarana komunikasi digital yang memperkuat kepercayaan, keterlibatan, serta keterbukaan informasi yang lebih transparan, interaktif, dan responsif terhadap kebutuhan mahasiswa.

ABSTRACT

The success of public communication in higher education is greatly influenced by transparent and easily accessible information disclosure through digital media. This study aims to analyze the extent to which students' perceptions influence information disclosure through the official Instagram social media account @fisipupr at the Department of Public Administration, Faculty of Social and Political Sciences, Palangka Raya University. This study used a descriptive quantitative approach with an online survey method of 108 active students of the class of 2025. Data were collected using a Likert scale of 1–4 and analyzed with a descriptive statistical model using SPSS version 27. The results showed that students' perceptions of information disclosure through the @fisipupr account were in the good category with an average value of 3.08. The information need indicator (3.16) and ease of access (3.17) obtained the highest scores, indicating that the account is effective in conveying information quickly, clearly, and easily understood. However, the participation and interaction indicator obtained the lowest score (2.74), indicating the need for improved two-way communication between students and the faculty. Overall, the @fisipupr account plays an important role as a digital communication tool that strengthens trust, engagement, and openness of information that is more transparent, interactive, and responsive to student needs.

PENDAHULUAN

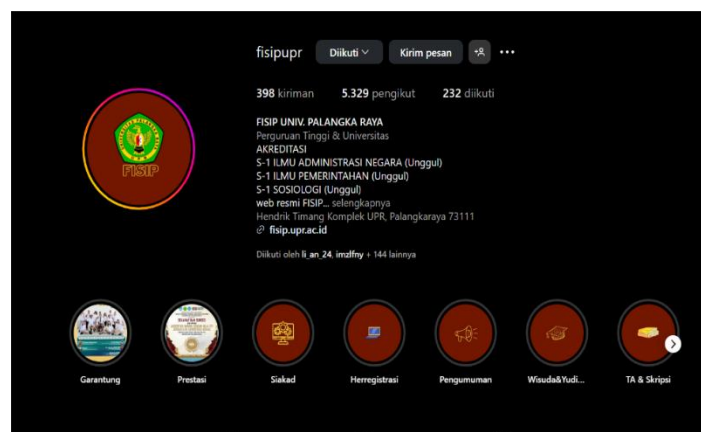
Di era digital, perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara individu dan institusi berkomunikasi serta menyebarkan informasi. Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi konten visual, tetapi juga menjadi medium komunikasi yang efektif karena menyediakan ruang interaksi dua arah antara lembaga pendidikan dengan mahasiswa. Melalui fitur-fitur seperti story, reels, komentar, maupun pesan langsung, fakultas dapat menyampaikan informasi akademik sekaligus membangun komunikasi partisipatif dengan mahasiswa (Reniati et al., 2022). Lebih dari itu, Instagram juga memiliki peran strategis dalam advokasi, misalnya untuk mendorong keterbukaan informasi, menyuarakan aspirasi mahasiswa, dan membangun kesadaran kolektif mengenai isu transparansi kampus. Dengan jangkauan pengguna yang luas—mencapai 103 juta orang di Indonesia pada tahun 2025 atau sekitar 36,3% dari populasi (Haryanto, 2025), Instagram menjadi saluran efektif untuk memperkuat prinsip keterbukaan informasi publik sebagaimana diamanatkan oleh UU Nomor 14 Tahun 2008 (UU Pemerintah RI, 2008). Topik ini penting untuk diangkat karena komunikasi dan advokasi melalui Instagram tidak hanya mencerminkan bagaimana kampus menyesuaikan diri dengan perkembangan media digital, tetapi juga menjadi indikator sejauh mana lembaga pendidikan tinggi menginternalisasikan nilai-nilai

transparansi, akuntabilitas, serta keterlibatan mahasiswa dalam ekosistem informasi yang demokratis (Handayani, 2024). Instagram sebagai media sosial berbasis fotografi menyediakan ruang bagi penggunaannya untuk berbagi konten visual yang menarik sekaligus sebagai media komunikasi yang efektif (Septia G et al., 2024)

Media sosial kini menjadi salah satu sarana utama penyebaran informasi di kalangan mahasiswa. Instagram, sebagai platform populer, banyak digunakan oleh @fisipupr untuk membagikan berbagai kegiatan dan pengumuman penting. Namun, keterbukaan informasi di media sosial tidak hanya soal banyaknya konten yang dibagikan, tetapi juga bagaimana informasi tersebut transparan, jelas, dan mudah diakses mahasiswa.

Pemilihan Instagram dan TikTok sebagai media utama promosi kampus oleh FISIP didorong oleh kesesuaian kedua platform tersebut dengan karakteristik generasi muda, khususnya mahasiswa dan calon mahasiswa. Generasi Z yang mendominasi bangku kuliah saat ini merupakan pengguna aktif Instagram dan TikTok, di mana sekitar 51,9% Gen Z Indonesia tercatat sering menggunakan Instagram (Ahdiat, 2024), sementara TikTok menempati posisi kedua sebagai aplikasi dengan pengguna harian terbanyak di kalangan usia 16–24 tahun (Haryanto, 2025). Karakteristik konten berbasis visual, kreatif, serta singkat membuat Instagram dan TikTok lebih efektif untuk menyampaikan informasi promosi kampus dibanding media konvensional. Kualitas visual dan kemudahan akses informasi berpengaruh langsung terhadap tingkat kepercayaan dan ketertarikan audiens pada sebuah institusi (Septia G et al., 2024). Selain itu, sifat interaktif kedua platform memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah melalui komentar, polling, live streaming, maupun kolaborasi konten, yang memperkuat engagement mahasiswa dengan kampus (Handayani, 2024). Dengan biaya promosi yang relatif rendah, namun potensi jangkauan audiens yang luas, Instagram dan TikTok menjadi pilihan strategis FISIP dalam membangun citra digital, meningkatkan brand awareness, serta memperluas jangkauan promosi akademik di era kompetisi antarperguruan tinggi yang semakin ketat. Teori *uses and gratifications* (1973) dalam komunikasi digital, yang diciptakan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch menekankan bahwa audiens adalah pihak aktif yang menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka, seperti mendapatkan informasi, menikmati hiburan, berintegrasi sosial, dan mengurangi ketegangan (Katz et al., 1973). Sebagai bagian dari generasi digital, mahasiswa menggunakan Instagram sebagai media utama untuk mengakses informasi kampus, termasuk akun resmi @fisipupr. Fakultas berharap menggunakan akun ini untuk memenuhi kebutuhan transparansi, kejelasan, dan aksesibilitas informasi bagi mahasiswa. Oleh karena itu, penting untuk menggunakan teori UGT untuk memahami bagaimana siswa menilai keterbukaan informasi pada akun @fisipupr karena persepsi mereka tergantung pada seberapa baik konten yang disajikan dapat memenuhi kebutuhan akademik dan non-akademik, serta seberapa baik akun tersebut dapat meningkatkan rasa percaya diri dan hubungan mereka dengan institusi (Katz et al., 1973).

Gambar 1. Profil Instagram FISIP UPR



Sumber : Screenshot Instagram @fisipupr

Persepsi mahasiswa menjadi krusial karena mencerminkan kesenjangan antara norma hukum dan praktik komunikasi kampus, yang jika dibiarkan dapat menurunkan kepercayaan terhadap institusi. Padahal, tujuan utama UU KIP adalah memperkuat akuntabilitas publik (UU Pemerintah RI, 2008). Dalam penelitian ini, persepsi mahasiswa terhadap keterbukaan informasi di akun Instagram @fisipupr tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan mereka akan informasi akademik, tetapi juga oleh kualitas penyajian konten yang disediakan fakultas.



Untuk memahami fenomena ini, penelitian menggunakan kerangka Uses and Gratifications Theory (UGT) yang dikembangkan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch (1973). Teori ini memandang audiens bukan sebagai penerima pasif, melainkan sebagai pihak aktif yang menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu baik kebutuhan informasi, hiburan, integrasi sosial, maupun pengurangan ketegangan (Katz et al., 1973). Dalam penelitian ini, mahasiswa memanfaatkan akun Instagram @fisipupr bukan sekadar untuk menerima informasi, tetapi juga untuk menilai sejauh mana akun tersebut mampu memenuhi kebutuhan akademik dan non-akademik mereka. Dengan demikian, penerapan UGT membantu menjelaskan bagaimana kualitas konten, transparansi, dan kejelasan informasi di Instagram berpengaruh langsung terhadap persepsi mahasiswa terhadap keterbukaan informasi kampus.

Penelitian ini berfokus mendeskripsikan pandangan mahasiswa FISIP sebagai penerima utama informasi, dengan pendekatan kuantitatif deskriptif yang mengubah persepsi subjektif menjadi data terukur. Analisis data disajikan dalam bentuk tabel dan grafik, dan skala Likert untuk menggambarkan kondisi nyata mengenai transparansi, kejelasan, dan keterjangkauan informasi pada akun Instagram @fisipupr. Temuan ini diharapkan menjadi dasar evaluasi serta masukan bagi fakultas dalam menyusun strategi komunikasi digital yang lebih efektif, transparan, dan responsif terhadap kebutuhan mahasiswa.

LANDASAN TEORI

Teori Uses and Gratifications

Teori *Uses and Gratifications* (UGT) yang diperkenalkan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch menekankan bahwa audiens adalah pihak aktif yang menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti informasi, hiburan, interaksi sosial, identitas diri, dan pelepasan ketegangan. Dalam perkembangan terkini, teori ini semakin relevan dalam menjelaskan perilaku pengguna media sosial digital. UGT menjadi dasar penting untuk memahami bagaimana mahasiswa menggunakan media sosial sebagai alat pembelajaran, komunikasi, dan pencarian informasi akademik (Perez et al., 2023)

Dalam konteks Indonesia, menambahkan dimensi baru dalam UGT melalui kesadaran mahasiswa terhadap keamanan dan privasi data di media sosial. Mereka menemukan bahwa kepuasan pengguna media sosial tidak hanya ditentukan oleh informasi yang diperoleh, tetapi juga oleh kepercayaan terhadap kredibilitas dan keamanan akun resmi institusi (Kurniawan et al., 2023). Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa menggunakan media sosial seperti Instagram tidak hanya untuk memperoleh informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan diri, membangun gaya hidup digital, serta memperkuat identitas sosial di lingkungan akademik. Temuan ini memperkuat relevansi teori Uses and Gratifications dalam memahami perilaku mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial yang menyesuaikan konten dengan kebutuhan emosional dan sosial mereka di ruang digital (Ayu et al., 2022). Oleh karena itu, penerapan teori UGT dalam penelitian ini membantu menjelaskan bagaimana persepsi mahasiswa terhadap akun Instagram @fisipupr terbentuk melalui pemenuhan kebutuhan informatif, sosial, dan psikologis di era digital yang semakin interaktif.

Undang-Undang No. 14 Tahun 2008

Keterbukaan informasi publik menjadi indikator penting dalam tata kelola institusi pendidikan tinggi yang transparan dan akuntabel. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) menegaskan bahwa setiap badan publik wajib menyediakan informasi yang mudah diakses, jelas, dan akurat. Dalam era digital, prinsip keterbukaan ini tidak hanya diwujudkan melalui situs web resmi, tetapi juga melalui media sosial.

Penelitian Iswanto, Tobroni, dan Aktar (2023) menunjukkan bahwa implementasi keterbukaan informasi publik di universitas negeri keagamaan di Indonesia sudah mulai diarahkan pada pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDG) ke-16, yaitu peningkatan tata kelola yang transparan dan partisipatif (Iswanto et al., 2025). Selain itu, Herli dan Tjahjadi (2022) menemukan bahwa media sosial universitas berfungsi sebagai bentuk *voluntary disclosure* atau pengungkapan sukarela atas modal intelektual institusi. Artinya, penggunaan Instagram oleh fakultas seperti @fisipupr bukan hanya sarana komunikasi, tetapi juga strategi untuk memperkuat citra, akuntabilitas, dan kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan (Herli & Tjahjadi, 2022). Dengan demikian, keterbukaan informasi publik melalui media sosial dapat dilihat sebagai bagian integral dari komunikasi institusional yang mendukung prinsip transparansi dan tanggung jawab publik di lingkungan pendidikan tinggi.

Hubungan Persepsi dan Keterbukaan Informasi

Persepsi mahasiswa terhadap keterbukaan informasi berhubungan langsung dengan kualitas informasi yang disampaikan melalui Instagram. Jika informasi dianggap jelas, transparan, dan sesuai kebutuhan, maka persepsi mahasiswa akan positif. Sebaliknya, jika informasi kurang lengkap dan tidak

transparan, maka persepsi mahasiswa cenderung negatif. Dengan demikian, persepsi (X) memengaruhi keterbukaan informasi (Y) yang dirasakan mahasiswa.

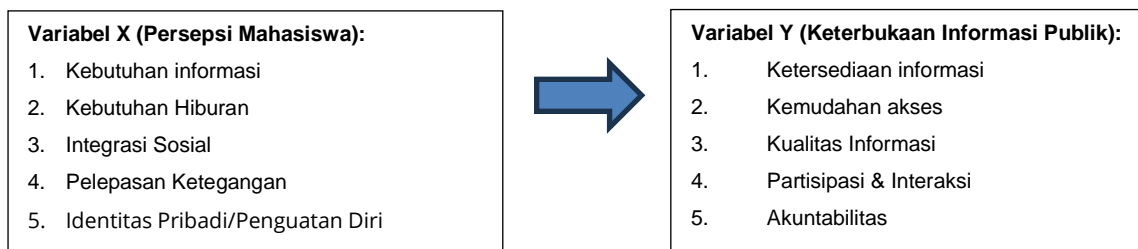
Penelitian menegaskan bahwa komunikasi digital yang terbuka, interaktif, dan akuntabel dapat meningkatkan partisipasi mahasiswa serta memperkuat hubungan emosional antara pengguna dan institusi (Nguyen et al., 2025). Hal ini sejalan dengan temuan bahwa persepsi positif terhadap akun media sosial kampus berdampak pada peningkatan keterlibatan digital dan loyalitas akademik mahasiswa (Kurniawan et al., 2023)

Dengan demikian, integrasi antara teori UGT dan prinsip keterbukaan informasi publik memberikan landasan konseptual yang kuat untuk memahami bagaimana mahasiswa menilai efektivitas akun media sosial kampus dalam memenuhi kebutuhan informasi sekaligus menjaga kepercayaan terhadap institusi.

Hubungan Variabel Penelitian

- Variabel X (Persepsi Mahasiswa): kebutuhan informasi, kebutuhan hiburan, integrasi sosial, pelepasan ketegangan, identitas pribadi/penguatan diri.
- Variabel Y (Keterbukaan Informasi Publik): ketersediaan informasi, kemudahan akses, kualitas informasi, partisipasi & interaksi, akuntabilitas.

Gambar 1



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei daring sebagai instrumen utama. Tujuan utama penelitian adalah menggambarkan persepsi mahasiswa FISIP terhadap keterbukaan informasi yang disampaikan melalui akun Instagram resmi @fisipupr. Pendekatan deskriptif dipilih karena mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai pandangan, tingkat kepuasan, serta kebutuhan informasi mahasiswa terhadap media sosial fakultas. Subjek penelitian adalah mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Palangka Raya program sarjana, dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling yang ditujukan kepada mahasiswa aktif semester 1 yang mengetahui dan pernah mengakses akun Instagram @fisipupr, dengan jumlah responden sebanyak 108 mahasiswa. Penetapan mahasiswa baru semester 1 angkatan 2025 sebagai responden didasarkan pada pertimbangan bahwa pada tahap orientasi mereka memiliki kebutuhan yang tinggi terhadap informasi terkait akademik, kegiatan kemahasiswaan, dan layanan fakultas. Oleh karena itu, penting untuk menelaah persepsi mahasiswa semester 1 angkatan 2025 guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai keterbukaan informasi melalui akun Instagram resmi fakultas. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh data yang lebih sistematis, terukur, dan mudah dianalisis untuk mengetahui persepsi mahasiswa terkait keterbukaan informasi pada akun Instagram resmi fakultas.

Instrumen penelitian berupa kuesioner daring yang terdiri dari pertanyaan pilihan ganda untuk mengetahui frekuensi akses, jenis informasi yang dicari, dan pengalaman mahasiswa dalam menggunakan akun Instagram @fisipupr, serta pertanyaan skala Likert (1–4) untuk mengukur tingkat kepuasan, keterpercayaan, dan pandangan mahasiswa mengenai keterbukaan informasi. Kuesioner disebarluaskan melalui media sosial dan grup WhatsApp mahasiswa agar dapat menjangkau responden lebih luas, cepat, dan efisien.

Analisis data dilakukan secara statistik deskriptif untuk melihat identitas responden, kemudian disajikan dalam tabel dan grafik agar lebih mudah dipahami. Dengan menggabungkan prinsip keterbukaan informasi publik dan teori UGT, penelitian ini memperoleh kerangka konseptual yang lebih komprehensif untuk menilai efektivitas akun Instagram @fisipupr sebagai media komunikasi digital yang mampu merespons kebutuhan mahasiswa secara kognitif, afektif, sosial, maupun psikologis.



HASIL DAN PEMBAHASAN

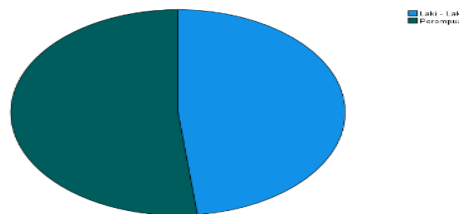
Hasil

Penelitian ini secara spesifik menganalisis persepsi mahasiswa terhadap keterbukaan informasi publik yang disampaikan melalui akun resmi Instagram @fisipupr milik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Palangka Raya. Tujuan utamanya adalah mendeskripsikan bagaimana mahasiswa menilai keterbukaan informasi yang disediakan melalui media sosial tersebut, mencakup aspek ketersediaan, kemudahan akses, kualitas informasi, partisipasi, dan akuntabilitas. Metode yang diterapkan adalah kuantitatif deskriptif, karena penelitian ini tidak berupaya mencari hubungan sebab-akibat antarvariabel, melainkan untuk memberikan gambaran empiris mengenai sikap dan pandangan mahasiswa. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring (online) yang disebarakan kepada 108 mahasiswa aktif semester I angkatan 2025. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dengan pertimbangan bahwa responden merupakan mahasiswa baru yang membutuhkan informasi akademik melalui akun media sosial fakultas.

Analisis dilakukan dengan statistik deskriptif menggunakan bantuan program SPSS versi 27. Hasil kemudian ditampilkan dalam bentuk tabel, diagram, serta nilai rata-rata (mean) dengan skala Likert 1–4. Nilai rata-rata diinterpretasikan berdasarkan kategori: 1,00–1,75 (sangat rendah), 1,76–2,50 (rendah), 2,51–3,25 (cukup tinggi), dan 3,26–4,00 (tinggi).

Karakteristik Responden

Gambar 2. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin

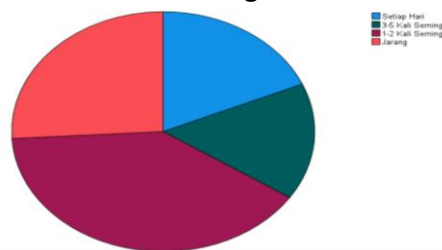


Sumber : SPSS 27, Oktober 2025

Dari total 108 responden, sebanyak 51,9% merupakan perempuan, sedangkan 48,1% adalah laki-laki. Seluruh responden berasal dari mahasiswa Jurusan Administrasi Negara angkatan 2025 yang termasuk dalam Generasi Z, yaitu generasi yang tumbuh dan berkembang di era digital serta memiliki tingkat keterlibatan tinggi dalam penggunaan media sosial. Kondisi ini menjadikan mereka kelompok yang relevan untuk menilai efektivitas serta keterbukaan informasi melalui platform digital resmi, seperti akun Instagram @fisipupr. Dengan demikian, persepsi mahasiswa terhadap akun tersebut dapat merepresentasikan pola pikir dan perilaku generasi muda dalam memahami transparansi informasi publik di lingkungan akademik.

Frekuensi Akses Akun Instagram @fisipupr

Gambar 3. Frekuensi Mengakses Akun Instagram



Sumber : SPSS 27, Oktober 2025

Tingkat akses mahasiswa terhadap akun Instagram fakultas bervariasi. Sebanyak 18,5% responden mengakses akun setiap hari, 15,7% mengakses 3–5 kali per minggu, 39,8% mengakses 1–2 kali per minggu, dan 25,9% jarang mengaksesnya. Mayoritas mahasiswa termasuk kategori pengguna aktif ringan yang memantau unggahan secara berkala untuk memperoleh informasi akademik maupun

kegiatan kampus. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial telah menjadi salah satu sarana utama komunikasi digital antara fakultas dan mahasiswa.

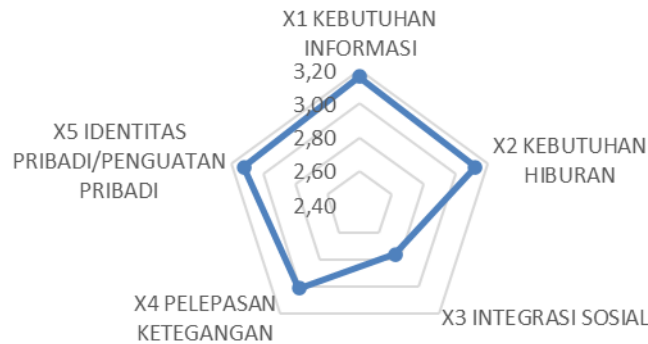
Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Mahasiswa (X)

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Mahasiswa

| Variabel X | Indikator | Indeks Mean Score |
|------------|-------------------------------------|-------------------|
| X1 | Kebutuhan Informasi | 3,16 |
| X2 | Kebutuhan Hiburan | 3,12 |
| X3 | Integrasi Sosial | 2,76 |
| X4 | Pelepasan Ketegangan | 3,01 |
| X5 | Identitas Pribadi/Penguatan Pribadi | 3,12 |

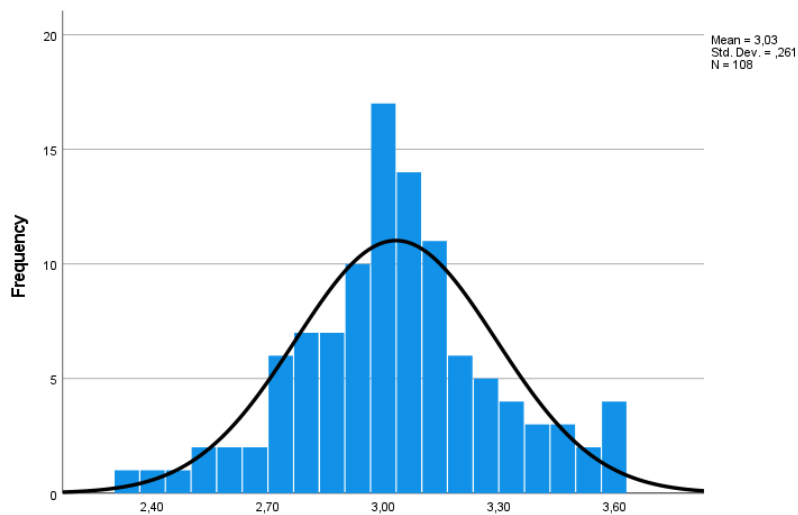
Sumber : Olah data, 2025

Gambar 4. Variabel X pada Persepsi Mahasiswa dalam Model Spider Chart



Sumber : Olah data, 2025

Gambar 5. Persepsi Mahasiwa terhadap Keterbukaan Informasi akun instagram @fisipupr pada Variabel X



Sumber : Olah Data, 2025

Interpretasi:

- a. Kebutuhan Informasi (3,16) menempati nilai tertinggi, menandakan bahwa mahasiswa menganggap akun @fisipupr telah efektif menyediakan informasi akademik, administrasi, dan kemahasiswaan secara cepat dan relevan.



- b. Kebutuhan Hiburan (3,12) menunjukkan bahwa konten yang ditampilkan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga menarik secara visual dan ringan, sehingga membantu menjaga ketertarikan mahasiswa terhadap akun fakultas.
- c. Integrasi Sosial (2,76) menjadi aspek dengan skor terendah, menandakan masih terbatasnya interaksi dua arah antara mahasiswa dan pengelola akun.
- d. Pelepasan Ketegangan (3,01) menggambarkan bahwa sebagian mahasiswa memanfaatkan akun ini untuk memperoleh hiburan ringan atau motivasi akademik, seperti postingan kegiatan santai, prestasi, atau ucapan selamat.
- e. Identitas Pribadi (3,12) memperlihatkan bahwa akun ini turut berperan dalam membangun rasa bangga dan identitas positif mahasiswa terhadap jurusan dan fakultasnya.

Secara umum, rata-rata keseluruhan indikator berada pada kategori **cukup tinggi**, yang berarti persepsi mahasiswa terhadap akun @fisipupr tergolong positif.

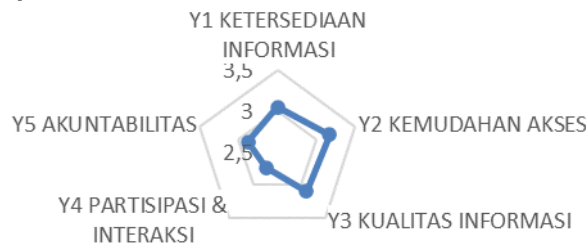
Analisis Deskriptif Variabel Keterbukaan Informasi Publik (Y)

Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keterbukaan Informasi Publik

| Variabel Y | Indikator | Indeks Mean Score |
|------------|-------------------------|-------------------|
| Y1 | Ketersediaan Informasi | 3,04 |
| Y2 | Kemudahan Akses | 3,17 |
| Y3 | Kualitas Informasi | 3,10 |
| Y4 | Partisipasi & Interaksi | 2,74 |
| Y5 | Akuntabilitas | 2,88 |

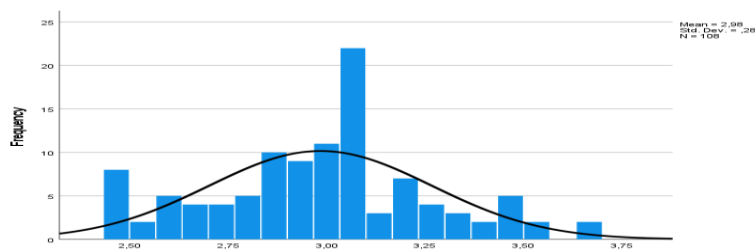
Sumber : Olah data, 2025

Gambar 6. Variabel Y pada Keterbukaan Informasi Publik dalam Model Spider Chart



Sumber : Olah Data, 2025

Gambar 7. Persepsi Mahasiswa terhadap Keterbukaan Informasi akun instagram @fisipupr pada Variabel Y



Sumber : Olah Data, 2025

Interpretasi:

- a. Kemudahan Akses (3,17) memperoleh skor tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa tata letak, tampilan, dan penyajian informasi dalam akun mudah dijangkau oleh mahasiswa.
- b. Ketersediaan Informasi (3,04) menegaskan bahwa akun telah menyediakan informasi akademik dan kegiatan kemahasiswaan secara rutin dan relevan dengan kebutuhan mahasiswa.
- c. Kualitas Informasi (3,10) menunjukkan bahwa mahasiswa menilai konten yang diunggah jelas, akurat, dan kredibel, sehingga dapat dipercaya sebagai sumber resmi fakultas.

- d. Partisipasi dan Interaksi (2,74) menjadi nilai terendah, yang menandakan rendahnya keterlibatan mahasiswa dalam memberikan tanggapan atau berdiskusi melalui kolom komentar maupun pesan langsung.
- e. Akuntabilitas (2,88) menunjukkan bahwa fakultas sudah berusaha transparan dalam penyampaian informasi, namun belum sepenuhnya menampilkan bentuk pertanggungjawaban publik secara komprehensif.

Secara keseluruhan, variabel keterbukaan informasi publik juga masuk kategori cukup tinggi, menandakan bahwa mahasiswa menilai akun @fisipupr telah menjalankan sebagian besar prinsip keterbukaan informasi publik secara baik.

Pembahasan

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa secara umum mahasiswa memiliki persepsi yang positif terhadap akun Instagram @fisipupr, baik dari aspek fungsi informatif maupun keterbukaan informasi publik yang ditampilkan. Pada variabel persepsi mahasiswa (X), mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap berbagai indikator yang diukur, mencakup kebutuhan informasi, hiburan, integrasi sosial, pelepasan ketegangan, serta pembentukan identitas diri. Kondisi ini menunjukkan bahwa akun @fisipupr telah berperan optimal sebagai media komunikasi publik yang mampu memenuhi kebutuhan mahasiswa, baik secara akademik maupun sosial.

Pada dimensi kebutuhan informasi, mahasiswa menilai akun @fisipupr secara konsisten menyajikan berbagai informasi penting, seperti jadwal perkuliahan, program beasiswa, serta kegiatan akademik dan kemahasiswaan yang disusun dengan format visual yang menarik dan mudah dipahami. Hal tersebut memperlihatkan efektivitas Instagram sebagai media penyebaran informasi institusional yang cepat dan relevan. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang menegaskan bahwa mahasiswa kini menjadikan Instagram sebagai sumber utama dalam memperoleh informasi digital karena faktor kecepatan, keakuratan, dan interaktivitasnya (Dwi Lestari et al., 2024). Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menegaskan bahwa media sosial berperan signifikan dalam mendukung information sharing di lingkungan perguruan tinggi, terutama untuk memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa generasi milenial dan Z yang cenderung mengandalkan platform digital. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa penggunaan media sosial seperti Instagram dapat mempercepat penyebaran informasi akademik dan administrasi secara transparan serta memperkuat interaksi antara pihak kampus dan mahasiswa (Indah et al., 2025). Sementara itu, pada dimensi kebutuhan hiburan, responden memberikan tanggapan positif terhadap variasi konten yang dipublikasikan oleh akun @fisipupr. Konten-konten tersebut tidak hanya bersifat edukatif, tetapi juga mengandung unsur ringan dan kreatif yang dapat menciptakan suasana positif di lingkungan akademik. Hasil ini sejalan dengan pandangan yang menjelaskan bahwa keberadaan konten hiburan di media sosial lembaga pendidikan mampu meningkatkan minat audiens serta memperkuat keterlibatan pengguna dalam mengakses informasi institusi (Nurfadila, 2024). Selaras dengan itu, penelitian menegaskan bahwa media sosial berfungsi tidak hanya sebagai ruang komunikasi, tetapi juga sebagai sarana ekspresi dan hiburan yang turut membentuk persepsi serta perilaku penggunanya (Ali et al., 2023). Penelitian serupa juga menjelaskan bahwa lembaga pendidikan tinggi di Indonesia memanfaatkan media sosial, termasuk Instagram, sebagai sarana komunikasi kreatif yang menggabungkan unsur edukasi dan hiburan (*edutainment*) (Suhendra, 2021). Melalui konten visual yang menarik, informatif, dan ringan, institusi mampu menarik perhatian audiens muda serta menciptakan citra positif yang berkontribusi pada peningkatan keterlibatan dan loyalitas mahasiswa terhadap lembaga. Dengan demikian, aspek hiburan dalam media sosial institusi bukan hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi juga sebagai strategi komunikasi yang efektif dalam memperkuat hubungan emosional antara mahasiswa dan institusi.

Pada dimensi integrasi sosial, mahasiswa menganggap akun @fisipupr berperan sebagai penghubung antara mahasiswa, dosen, dan pihak fakultas melalui interaksi digital yang terjalin di kolom komentar maupun fitur pesan langsung. Aktivitas tersebut memperkuat hubungan sosial antar anggota civitas akademika. Hasil ini mendukung temuan yang menyatakan bahwa media sosial institusi dapat menjadi medium yang efektif dalam menumbuhkan rasa kebersamaan dan memperkuat solidaritas di lingkungan kampus (Almuarif Almuarif et al., 2023). Selain itu, pada aspek pelepasan ketegangan, mahasiswa menilai bahwa unggahan non-akademik seperti kutipan motivasi dan dokumentasi kegiatan kampus memberikan pengaruh positif terhadap pengelolaan stres dan keseimbangan emosional. Hasil ini sesuai dengan pendapat yang menyebut bahwa penggunaan media sosial dapat menjadi sarana penyaluran emosi dan hiburan positif bagi mahasiswa (Putri Mahira et al., 2025). Sejalan dengan hal tersebut penelitian menjelaskan bahwa media sosial dapat memperluas jejaring akademik dan memperkuat kolaborasi antar mahasiswa melalui fitur-fitur interaktif seperti grup diskusi dan pesan pribadi. Melalui media sosial, mahasiswa dapat saling berbagi informasi, berdiskusi, dan membangun



komunitas belajar yang inklusif serta suportif (Ali Wahyu Dwi Laksono, 2025). Dengan demikian, media sosial berperan dalam mempererat hubungan sosial dan solidaritas di lingkungan akademik, selama digunakan secara bijak dan terarah.

Pada dimensi identitas diri, mahasiswa menyatakan bahwa akun @fisipupr berhasil menumbuhkan rasa bangga sebagai bagian dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Palangka Raya. Hal ini dikarenakan konten yang diunggah mampu mencerminkan karakter, nilai, dan citra positif fakultas secara profesional. Temuan ini mendukung hasil penelitian yang menegaskan bahwa akun resmi lembaga pendidikan, seperti @uinsu_official, berperan penting dalam membangun identitas sosial mahasiswa dan meningkatkan keterikatan emosional terhadap institusinya (Nazwa et al., 2025). Selaras dengan itu, penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram oleh mahasiswa berkontribusi signifikan terhadap pembentukan identitas diri, karena platform ini memungkinkan individu menampilkan citra pribadi dan institusional secara bersamaan (Mustaqimma et al., 2023). Hal ini membuktikan bahwa akun resmi lembaga pendidikan dapat menjadi ruang representasi simbolik yang memperkuat rasa kebanggaan dan keterikatan mahasiswa terhadap institusi tempat mereka belajar.

Pada variabel keterbukaan informasi publik (Y), mayoritas responden memberikan penilaian yang baik terhadap seluruh indikator yang dianalisis. Pada aspek ketersediaan informasi, akun @fisipupr dinilai aktif dan konsisten dalam menyampaikan berbagai informasi yang relevan dengan kebutuhan akademik maupun non-akademik mahasiswa. Hal ini mencerminkan penerapan prinsip keterbukaan informasi publik sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008. Aspek kemudahan akses juga memperoleh penilaian positif karena informasi disajikan dengan bahasa yang komunikatif, tampilan visual yang menarik, serta format penyajian yang mudah dipahami. Hal ini selaras dengan pendapat yang menyatakan bahwa kemudahan akses informasi digital berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna (Lausiry & Akmal, 2023). Pada dimensi kualitas informasi, mahasiswa menilai bahwa konten yang diunggah bersifat akurat, relevan, dan mencantumkan sumber yang jelas. Penilaian ini mendukung pendapat yang menegaskan bahwa kredibilitas konten merupakan faktor utama dalam membangun kepercayaan publik terhadap media sosial institusional (Zhafirah et al., 2025). Selanjutnya, pada aspek partisipasi dan interaksi, akun @fisipupr dinilai cukup responsif terhadap komentar dan pertanyaan mahasiswa, meskipun peningkatan partisipasi pengguna masih diperlukan untuk memperkuat komunikasi dua arah. Hal ini sejalan dengan rekomendasi yang menekankan pentingnya responsivitas media sosial lembaga dalam menciptakan hubungan interaktif dengan audiens (Simamora & al., 2025). Serupa dengan temuan yang meneliti penggunaan Instagram oleh Diskominfo Provinsi Jambi. Mereka menemukan bahwa efektivitas media sosial dalam menyampaikan informasi publik tidak hanya bergantung pada intensitas unggahan, tetapi juga pada kemampuan lembaga dalam menciptakan komunikasi dua arah yang interaktif dan partisipatif. Oleh karena itu, peningkatan strategi komunikasi melalui konten yang lebih responsif, seperti sesi tanya-jawab, polling interaktif, dan kolaborasi konten, sangat diperlukan agar akun @fisipupr dapat mendorong keterlibatan mahasiswa secara lebih aktif (Chairunnisa et al., 2025). Pada aspek akuntabilitas, akun ini dinilai telah menampilkan bentuk pertanggungjawaban publik yang baik melalui penyajian informasi yang transparan, cepat, serta terbuka terhadap kritik dan saran pengguna (Goenawan & Jati, 2025).

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian yang menegaskan bahwa media sosial seperti Instagram mampu menjadi sarana penyebaran informasi yang efektif, interaktif, dan kredibel, terutama jika dikelola dengan prinsip transparansi dan partisipasi publik (Dwiyanti et al., 2024). Dalam konteks ini, akun @fisipupr tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyampaian informasi fakultas, tetapi juga sebagai ruang publik digital yang memfasilitasi interaksi dua arah antara mahasiswa dan pihak lembaga. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa persepsi mahasiswa terhadap akun Instagram @fisipupr dan tingkat keterbukaan informasi publik fakultas berada pada kategori tinggi. Kedua variabel tersebut saling berkaitan secara positif, di mana persepsi yang baik terhadap akun berkontribusi terhadap meningkatnya kepercayaan mahasiswa pada transparansi informasi yang diberikan. Keberadaan akun @fisipupr dinilai bukan sekadar sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang komunikasi sosial yang membangun kedekatan, partisipasi, dan akuntabilitas di lingkungan fakultas. Dengan demikian, praktik pengelolaan akun Instagram @fisipupr mencerminkan bentuk implementasi keterbukaan informasi publik yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital dan karakteristik generasi muda di perguruan tinggi. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa media sosial lembaga pendidikan memiliki potensi besar dalam memperkuat hubungan antara institusi dan civitas akademika melalui penyajian informasi yang terbuka, akurat, dan partisipatif (Nguyen et al., 2025). Oleh karena itu, pengelolaan media sosial kampus yang profesional dan komunikatif dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan citra positif lembaga serta membangun budaya transparansi dan kepercayaan di lingkungan akademik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa memiliki persepsi yang positif dan cukup tinggi terhadap keterbukaan informasi melalui akun Instagram @fisipupr. Hal ini menunjukkan bahwa akun tersebut dinilai telah berfungsi secara efektif sebagai sarana komunikasi publik yang mampu memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa, baik yang bersifat akademik maupun non-akademik. Akun @fisipupr dianggap mampu menyampaikan informasi dengan cepat, jelas, relevan, dan mudah dipahami, sehingga menjadi salah satu sumber utama bagi mahasiswa dalam memperoleh informasi seputar kegiatan kampus, administrasi, dan program fakultas. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa aspek kebutuhan informasi dan kemudahan akses memperoleh nilai tertinggi, menandakan bahwa konten yang disajikan memberikan manfaat nyata bagi pengguna. Desain visual yang menarik, gaya penyampaian yang ringkas, serta konsistensi dalam unggahan membuat akun ini dinilai kredibel dan efisien dalam menyampaikan pesan institusional. Temuan ini memperlihatkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, memiliki potensi besar sebagai sarana komunikasi digital yang efektif di lingkungan perguruan tinggi, sekaligus memperkuat rasa keterhubungan dan kepercayaan antara mahasiswa dan pihak fakultas.

Meski demikian, hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa aspek partisipasi dan interaksi masih tergolong rendah. Mahasiswa menilai komunikasi dua arah melalui komentar, pesan langsung, maupun aktivitas interaktif di Instagram masih perlu ditingkatkan agar akun tersebut tidak hanya menjadi media penyebaran informasi satu arah. Oleh sebab itu, pengelola akun disarankan untuk menghadirkan lebih banyak konten partisipatif seperti polling, sesi tanya-jawab, kuis, dan kegiatan interaktif lainnya yang dapat mendorong keterlibatan pengguna. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa keterbukaan informasi melalui media sosial berperan penting dalam meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan citra positif institusi pendidikan. Dengan pengelolaan yang lebih interaktif, kreatif, dan berkelanjutan, akun @fisipupr memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi media komunikasi publik yang tidak hanya informatif, tetapi juga edukatif, inklusif, serta mampu mempererat hubungan antara mahasiswa dan fakultas di era digital yang semakin terbuka dan dinamis.

Saran

Agar pengelolaan akun Instagram @fisipupr lebih berfokus pada peningkatan komunikasi dua arah dan keterlibatan aktif mahasiswa. Fakultas dapat memanfaatkan fitur interaktif seperti *polling*, sesi tanya jawab, *live streaming*, maupun kolom komentar yang lebih responsif untuk memperkuat partisipasi pengguna. Selain itu, variasi konten perlu diperluas agar tidak hanya bersifat informatif tetapi juga edukatif dan inspiratif, misalnya dengan menampilkan informasi beasiswa, prestasi mahasiswa, kegiatan akademik, serta tips pengembangan diri. Konsistensi dalam jadwal unggahan dan penggunaan gaya visual yang menarik juga penting untuk menjaga minat audiens serta meningkatkan kredibilitas akun sebagai sumber informasi resmi fakultas.

Selanjutnya, pihak fakultas diharapkan memperkuat aspek transparansi dan akuntabilitas digital dengan menampilkan informasi yang lebih komprehensif, seperti laporan kegiatan, kebijakan akademik, maupun dokumentasi publik yang relevan. Pelatihan khusus bagi pengelola media sosial juga diperlukan untuk meningkatkan kemampuan komunikasi digital, strategi publikasi, serta pemahaman terhadap etika dan prinsip keterbukaan informasi publik. Ke depan, penelitian serupa dapat dikembangkan dengan memperluas cakupan responden lintas jurusan atau fakultas, serta menggunakan pendekatan korelasional untuk menganalisis hubungan antara persepsi, tingkat kepercayaan, dan keterlibatan mahasiswa dalam komunikasi digital institusional.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2024). Media Sosial Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/09/24/media-sosial-favorit-gen-z-dan-milenial-indonesia>
- Ali, N., Hayati, M., & Umar, M. (n.d.). BERAGAMA MAHASISWA. In *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* Vol (Vol. 1, Issue 2).
- Ali Wahyu Dwi Laksono, M. (2025). Dampak penggunaan media sosial bagi mahasiswa. In *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) eISSN* (Vol. 3). <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index>
- Almuarif Almuarif, Silfia Hanani, Indra Devi, & Aisyah Syafitri. (2023). Solidaritas dan Integrasi Sosial dalam Konteks Manajemen Pendidikan: Analisis Berdasarkan Teori Émile Durkheim. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 2(4), 295–306. <https://doi.org/10.55606/concept.v2i4.794>



- Ayu, M., Saragih, M., Wulandari, A. W., Muaimi, D., & Dalimunthe, M. A. (2022). Terpaan Media Sosial dalam Membentuk Gaya Hidup Mahasiswa. 9(1), 181–186.
- Chairunnisa, K., Artha, D., & Santoso, H. (2025). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Instagram Oleh Diskominfo Provinsi Jambi Dalam Penyebaran Informasi Kepada Publik. In *Jurnal Professional* (Vol. 12, Issue 1).
- Dwi Lestari, P., Saifulloh Kahfi, D., & Kuncoro, W. (2024). PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PEMBERITAAN DI MEDIA ONLINE INSTAGRAM PADA AKUN HARIAN BHIRAWA (Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). In *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi* (Vol. 04, Issue 01).
- Dwiyanti, A., Syahputra, M. R., & Widhiandono, D. (2024). PERSEPSI MAHASISWA TERKAIT PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SALURAN PENYEBARAN BERITA POLITIK DI HARIAN DISWAY. In *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi* (Vol. 04, Issue 02).
- Goenawan, & Jati, R. P. (2025). Penerapan Media Sosial Untuk Tranparansi Publik: Studi Optimalisasi Instagram oleh LLDIKTI Wilayah III. *Journal Scientific of Mandalika (JSM)* e-ISSN 2745-5955 | p-ISSN 2809-0543, 6(2), 317–328. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol6iss2pp317-328>
- Handayani, K. W. (2024). Pengaruh Media Sosial Bagi Proses Belajar Siswa. *Daiwi Widya*, 10(2), 133–142. <https://doi.org/10.37637/dw.v10i3.1785>
- Haryanto, A. T. (2025). Data Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Terbaru, Siapa Yang Paling Banyak? *Detikinet*. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7854501/daftar-jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-terbaru-siapa-yang-paling-banyak?>
- Herli, M., & Tjahjadi, B. (2022). The role of social media as a voluntary intellectual capital disclosure in universities: Evidence from Indonesia. *Intangible Capital*, 18(2), 247–262. <https://doi.org/10.3926/ic.1505>
- Indah, R. N., Zakiyah, E., & Igiriza, M. (2025). Pelaksanaan Information Sharing Mengenai Pelayanan Mahasiswa Melalui Pemanfaatan Media Sosial di Universitas Terbuka Bandung. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 9(1), 15–28. <https://doi.org/10.14710/anuva.9.1.15-28>
- Iswantoro, Tobroni, F., & Aktar, M. N. (2025). From Regulation to Transparency: Policy Implementation of Public Information Disclosure in Indonesian State Religious Universities within the SDG 16 Framework. *Supremasi Hukum: Jurnal Kajian Ilmu Hukum*, 14(1), 29–46. <https://doi.org/10.14421/5ag4wd56>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4). <https://doi.org/10.1086/268109>
- Kurniawan, Y., Santoso, S. I., Wibowo, R. R., Anwar, N., Bhutkar, G., & Halim, E. (2023). Analysis of Higher Education Students' Awareness in Indonesia on Personal Data Security in Social Media. *Sustainability (Switzerland)*, 15(4). <https://doi.org/10.3390/su15043814>
- Lausiry, D. A., & Akmal, A. (2023). Student' Perception of Using the Instagram Account @jagobahasacom in Improving Student English Vocabulary at SMEA Muhammadiyah 1 Yogyakarta. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(9), 7079–7083. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i9.2851>
- Mustaqimmah, N., Arif, M., & Suhendra, N. (2023). IDENTITY FORMATION OF COLLEGE STUDENTS USING INSTAGRAM SOCIAL MEDIA (STUDY ON THE ACCOUNT @UNIVRABHITS). *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 7(1). <https://doi.org/10.25077/rk.7.1.15-24.2023>
- Nazwa, A., Syalwa, J., Yasmin, N., Hanif Muzhaffar, M., Rifqi Adrya, M., & Harahap, N. (n.d.). Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial PERSEPSI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI TERHADAP KEBUTUHAN AKUN INSTAGRAM @uinsu_official DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI. 6(8), 2025.
- Nguyen, N. H., Nguyen, P. T. H., & Pham, N. T. (2025). Enhancing Student Satisfaction with University's Information in Social Media Environment: Mediating Role of Parasocial Interaction. *Dinamika Pendidikan*, 20(1), 1–20. <https://doi.org/10.15294/dp.v20i1.2803>
- Nurfadila, A. P. (2024). Uses and Gratification Social Media X @Statsrawon to Fulfilment Information Needs of Followers. *Jurnal Audiens*, 5(2), 204–214. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i2.353>
- Perez, E., Manca, S., Fernández-Pascual, R., & Mc Guckin, C. (2023). A systematic review of social media as a teaching and learning tool in higher education: A theoretical grounding perspective. *Education and Information Technologies*, 28(9). <https://doi.org/10.1007/s10639-023-11647-2>
- Putri Mahira, A., Imana, A., Tussadiyah, R., Maya Putri, L., Dzaki, H., & Al Zikra, M. (2025). Analisis Peran Instagram sebagai Media Promosi Kesehatan terhadap Literasi Kesehatan Mental Remaja. *Jurnal Ilmu Kesehatan Umum, Psikologi, Keperawatan Dan Kebidanan*, Vol 3, no 3(September).

- Reniaty, I., Agustini, R., Suryani, D., Risdiana, R., Trisnawati, O., & Abdul Kudus, W. (2022). Penggunaan Instagram Sebagai Media Interaksi Sosial Pada Mahasiswa Pendidikan Sosiologi 2019 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (Studi Kasus Ragam Sosial Budaya Perspektif dan Konteks Psikologi Sosial). *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS)*, Desember, 2022(14), 363–370.
- Septia G, A., Mustika U, E., Divara A, A., & Borroek, M. R. (2024). Analisis Kualitas Layanan Pada Akun Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Siswa/i dengan Metode E Servqual. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 4(9), 571–580. <https://doi.org/10.47065/tin.v4i9.4881>
- Simamora, N., & al., et. (2025). Pengaruh Media Sosial Instagram @USM.INDONESIA Terhadap Minat Partisipasi Dalam Kegiatan Kampus Di Universitas Sari Mutuara Indonesia. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 7(1), 106–119.
- Suhendra, H. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Komunikasi Kreatif Institusi Pendidikan Tinggi Indonesia di Masa Pandemi COVID-19. *Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal*, 3(3). <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v3i3.7710>
- UU Pemerintah RI. (2008). UU Tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU Nomor 14 Tahun 2008). *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi (JTik) STMIK ProVisi Semarang*, 49–60.
- Zhafirah, Z., Samatan, N., Syas, M., & Alamsyah. (2025). KUALITAS INFORMASI DAN KREDIBILITAS AKUN INSTAGRAM @ABOUTTNG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS PENULIS. 6(1), 18–30.