



Pengaruh Informasi Melalui Media Sosial @Upr_Official Terhadap Partisipasi Mahasiswa Universitas Palangka Raya

Ina Gantiani ¹⁾; Marda Akarisa ²⁾; Rahmalia Wulan Azizah ³⁾; Syamsuri ⁴⁾; Meilianna Devita Christina ⁵⁾

^{1,2,3,4,5)} Universitas Palangka Raya

Email: ¹⁾ inakanty44@gmail.com ; ²⁾ risa684chim@gmail.com ; ³⁾ rahmalia.wulanazizah@fisip.upr.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [12 November 2025]

Revised [15 Desember 2025]

Accepted [22 Desember 2025]

KEYWORDS

Diffusion Of innovations, Public Information, Social Media, Student Participation.

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



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh informasi yang disampaikan melalui akun media sosial resmi @upr_official terhadap tingkat partisipasi mahasiswa dalam menyebarkan informasi. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode deskriptif. Populasi penelitian terdiri dari 140 mahasiswa dari 8 fakultas, dengan sampel 103 mahasiswa yang diambil berdasarkan penarikan sampel dari teori Krejcie Morgan dengan taraf signifikan 5%. Pengumpulan data menggunakan teknik proposional random sampling. Validitas kuesioner setiap variabel diuji menggunakan Korelasi Product Moment, sedangkan reliabilitas diuji dengan rumus Alpha Cronbach. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup yang terdiri atas variabel informasi media sosial @upr_official (8 item) dan partisipasi mahasiswa (10 item). Sebelum pengujian hipotesis, data terlebih dahulu diuji prasyaratnya melalui uji normalitas dan uji linearitas, data yang telah memenuhi uji normalitas dan linearitas dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan program SPSS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan melalui akun @upr_official berpengaruh signifikan sebesar 33% terhadap tingkat partisipasi mahasiswa. Menunjukkan bahwa kualitas dan kredibilitas konten media sosial berperan penting dalam mendorong keterlibatan digital mahasiswa.

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of information conveyed via the official social media account @upr_official on the level of student participation in disseminating information. The approach used is quantitative with descriptive methods. The research population consisted of 140 students from 8 faculties, with a sample of 103 students taken based on sampling from the Krejcie Morgan theory with a significance level of 5%. Data collection used proportional random sampling techniques. The validity of the questionnaire for each variable was tested using Product Moment Correlation, while reliability was tested using the Cronbach's Alpha formula. Data was collected through a closed questionnaire consisting of the variables social media information @upr_official (8 items) and student participation (10 items). Before testing the hypothesis, the data was first tested for prerequisites through a normality test and linearity test. Data that met the normality and linearity tests were analyzed using simple linear regression with the help of the SPSS version 29 program. The results of the research showed that the information submitted via the @upr_official account had a significant 33% effect on student participation levels. Shows that the quality and credibility of social media content plays an important role in encouraging student digital engagement.

PENDAHULUAN

Media sosial adalah alat untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi yang memungkinkan pengguna berbicara, bertukar informasi, atau menyampaikan ide melalui internet (Nasiruddin & Rapa, 2022). Menurut Syifa et al. (2023), di zaman digital dan era 5.0, media sosial sangat berkaitan erat dengan kehidupan manusia, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Media sosial kini menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat termasuk dalam dunia pendidikan tinggi. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok tidak hanya sebagai tempat hiburan saja, tetapi juga berkembang menjadi saluran komunikasi penting antara institusi dan masyarakat untuk menyampaikan berbagai jenis konten, seperti informasi akademik, prestasi mahasiswa, kegiatan kampus, hingga respons terhadap isu sosial. Menurut Muthmainnah dan Taufik (2023), mahasiswa merupakan kelompok yang paling aktif menggunakan media sosial, baik untuk berinteraksi, berbagi informasi, maupun mendukung kegiatan akademik mereka. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki kemampuan besar sebagai media penyebar informasi yang cepat, luas, dan partisipatif.

Menurut Novianti et al. (2023), di perguruan tinggi media sosial memainkan peran penting dalam membentuk gambaran institusi dan memperkuat hubungan antara seluruh elemen akademika dengan kampus. Sesuai dengan hal tersebut, Amin et al. (2024) menekankan bahwa dengan mengoptimalkan media digital melalui pelatihan pembuatan konten kreatif oleh sekretariat humas, merupakan strategi

penting dalam meningkatkan citra dan daya tarik kampus. Tujuan utamanya bukan hanya mencari prestise, tetapi juga membangun identitas institusi yang lebih efisien dan profesional agar mampu bersaing dengan perguruan tinggi lainnya. Dalam konteks ini, media sosial menjadi alat strategis yang harus dikelola secara kreatif dan terarah untuk memperkuat posisi kampus di dunia digital. Hal ini juga memperkuat pandangan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai tempat atau ruang dimana mahasiswa bisa terlibat secara lebih aktif dalam menyebarkan informasi terkait kampus. Oleh karena itu, penting bagi institusi untuk memahami jenis konten yang paling efektif dalam mendorong partisipasi aktif mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh Arlina dan tim (2023) menegaskan bahwa penggunaan media sosial oleh institusi pendidikan dapat meningkatkan keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan akademik maupun dalam non-akademik, serta memperkuat rasa memiliki terhadap kampus. Media sosial juga memungkinkan untuk komunikasi dua arah, di mana mahasiswa tidak hanya menerima informasi, tetapi juga bisa menjadi aktor aktif dalam menyebarkan informasi tersebut melalui fitur likes, comments, shares, dan repost.

Partisipasi mahasiswa dalam menyebarkan informasi kampus melalui media sosial menjadi salah satu tanda penting dalam menilai seberapa baik komunikasi digital institusi berjalan. Menurut Oktivera et al. (2024), sebanyak 55% mahasiswa memilih perguruan tinggi karena informasi yang mereka temukan di akun media sosial resmi kampus. Hasil ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya dipakai untuk promosi, tempat yang penting dalam membantu mahasiswa memutuskan sesuatu terkait pendidikan. Karena itu, institusi perlu memahami jenis konten yang paling cocok untuk mendorong mahasiswa agar lebih aktif dalam berpartisipasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk melihat hubungan antara informasi yang diberikan melalui akun Instagram resmi @upr_official dengan tingkat partisipasi mahasiswa dalam menyebarkan berbagai konten kampus. Media sosial Instagram @upr_official dipilih sebagai objek penelitian karena aktif dalam membagikan konten di media sosial seperti Instagram. Untuk mendapatkan data, sampel diambil secara acak dari mahasiswa yang aktif mengikuti akun tersebut. Metode ini memudahkan analisis objektif terkait dampak konten terhadap keterlibatan mahasiswa (Sugiyono, 2020).

Secara teoritis, penelitian ini mengacu pada dua kerangka utama. Teori Publik Information dari Grunig & Hunt menekankan pentingnya keterbukaan, akurasi, transparansi, dan kredibilitas dalam menyampaikan informasi publik (Azzahra, 2024). Sementara itu, teori Diffusion Of Innovation dari Roger menjelaskan proses adopsi informasi melalui lima tahapan, yaitu pengetahuan, perduasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi (Gamedia Literasi, 2023). Kedua teori ini digunakan untuk memetakan pola partisipasi mahasiswa berdasarkan interaksi mereka dengan konten media sosial di kampus.

Meskipun media sosial telah banyak diteliti dalam konteks pendidikan tinggi, sebagian besar studi masih berfokus pada aspek branding, pembelajaran daring, atau keterlibatan akademik umum. Belum banyak penelitian yang secara kuantitatif mengkaji pengaruh konten dari akun media sosial resmi kampus terhadap partisipasi mahasiswa dalam menyebarkan berbagai jenis informasi kampus, khususnya di Universitas Palangka Raya. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya yang menggunakan data interaksi nyata dari akun @upr_official dan memetakan partisipasi mahasiswa berdasarkan lima tahapan difusi inovasi. Penting untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh informasi melalui media sosial @upr_official terhadap tingkat partisipasi mahasiswa, dan pendekatan ini juga memberikan kontribusi baru dalam pengembangan strategi komunikasi digital kampus yang lebih partisipatif dan berbasis bukti.

LANDASAN TEORI

Teori Informasi Publik (*Public Informations Model*)

Teori publik yang dikemukakan oleh Grunig dan Hunt yang menjelaskan bahwa komunikasi dari organisasi kepada masyarakat umum harus fokus pada sifat informasi yang terbuka, akurat, transparan, dan memiliki kredibilitas. (Azzahra, 2024). Tujuannya adalah membangun kepercayaan masyarakat dengan menyampaikan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam penelitian ini, terbuka berarti informasi yang disajikan kampus mudah dijangkau, transparan artinya informasi disampaikan secara jujur tanpa dimanipulasi, akurat berarti informasi sesuai dengan fakta, dan kredibilitas menjelaskan bahwa informasi berasal dari sumber yang resmi dan dapat dipercaya. Dengan semakin baik kualitas informasi yang diberikan di akun @Upr_official, maka semakin besar dorongan mahasiswa untuk turut serta dalam berpartisipasi.



- **Keterbukaan**
Keterbukaan informasi publik adalah hak setiap warga negara untuk mengetahui informasi yang dikuasai oleh badan publik. Menurut Komisi Informasi Pusat RI (2023), keterbukaan menjadi tolok ukur utama dalam Monitoring dan Evaluasi (Monev) pelaksanaan Undang-Undang No. 14 Tahun 2008. Keterbukaan tidak hanya berarti tersedianya informasi, tetapi juga mencakup kemudahan akses, kejelasan struktur informasi, dan kesediaan badan publik untuk merespons permintaan informasi secara aktif.
- **Transparansi**
Transparansi merujuk pada kejelasan proses dan isi informasi yang memungkinkan publik memahami dan mengawasi tindakan badan publik. Trisakti et al. (2022) menyatakan bahwa transparansi memiliki peranan penting dalam pengembangan akuntabilitas publik. Ketika informasi disampaikan secara terbuka dan dapat ditelusuri, masyarakat dapat mengetahui aktivitas pemerintah dan menilai apakah kebijakan yang diambil sesuai dengan kepentingan umum. Transparansi juga menjadi fondasi dalam membangun kepercayaan publik terhadap institusi negara.
- **Akurasi**
Akurasi informasi publik menuntut bahwa data yang disampaikan harus benar, lengkap, dan tidak menyesatkan. Dalam konteks Monev 2023 oleh Komisi Informasi Pusat, akurasi menjadi indikator penting dalam menilai kualitas informasi yang disampaikan oleh badan publik. Informasi yang tidak akurat dapat menimbulkan kesalahpahaman dan menghambat partisipasi publik dalam pengawasan kebijakan.
- **Kredibilitas**
Kredibilitas informasi publik berkaitan dengan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sumber informasi. Suhaimi (2020) dalam kajiannya tentang teori reputasi menyatakan bahwa kredibilitas dibangun melalui konsistensi, integritas, dan komunikasi yang jujur dari institusi publik. Ia menekankan bahwa reputasi dan kredibilitas tidak dibentuk dalam satu waktu, melainkan melalui tindakan yang berulang dan dapat dipertanggungjawabkan. Kredibilitas menjadi penting karena informasi yang benar sekalipun akan diabaikan jika disampaikan oleh sumber yang tidak dipercaya.

Teori Difusi Inovasi (Diffusion of Innovation)

Teori Difusi Inovasi menjelaskan bagaimana inovasi atau informasi baru disebarkan melalui saluran komunikasi dalam suatu sistem sosial, kemudian diadopsi oleh individu. Rogers (2003) menyebutkan lima tahap utama: pengetahuan (*knowledge*), persuasi (*persuasion*), keputusan (*decision*), implementasi (*implementation*), dan konfirmasi (*confirmation*).

- **Pengetahuan (*Knowledge*)**
Tahap awal di mana individu pertama kali terpapar pada keberadaan inovasi dan memperoleh pemahaman tentang cara kerjanya, tetapi belum terdorong untuk mencari informasi lebih lanjut mengenyainya
 - **Persuasi (*Persuasion*)**
Di tahap ini, individu menjadi tertarik secara psikologis terhadap inovasi tersebut. Mereka akan secara aktif mencari informasi yang lebih detail, mengevaluasi kelebihan dan kekurangan, serta membentuk sikap (mendukung atau menolak) terhadap inovasi.
 - **Keputusan (*Decision*)**
Individu akan terlibat dalam kegiatan yang mengarah pada pilihan untuk mengadopsi atau menolak inovasi. Berdasarkan evaluasi pada tahap persuasi, mereka membuat keputusan akhir untuk mencoba atau tidak mencoba inovasi tersebut.
 - **Implementasi (*Implementation*)**
Individu benar-benar mulai menggunakan inovasi tersebut. Tahap ini melibatkan penggunaan nyata dan penerapan inovasi dalam praktik kehidupan mereka.
 - **Konfirmasi (*Confirmation*)**
Setelah mengimplementasikan, individu mencari penguatan (konfirmasi) atas keputusan yang telah mereka buat. Mereka mungkin mengevaluasi kembali hasil penggunaan inovasi dan dapat melanjutkan penggunaan, menghentikan (diskontinuitas), atau menggunakan inovasi secara berbeda
- Sejalan penelitian Oktivera et al. (2024) juga menunjukkan bahwa jika pesan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa, maka proses penerimaan informasi akan lebih cepat terjadi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel yang diteliti (Sugiyono dalam simalungkit, 2025). Populasi penelitian ini terdiri dari 140 mahasiswa yang tersebar di 8 fakultas. Sampel sebanyak 103 orang ditentukan dengan teori Krejcie Morgan dengan taraf signifikansi 5% dan menggunakan teknik *propotional random sampling*, sesuai dengan anjuran untuk memperoleh representasi yang proposional dari seluruh populasi (Arikunto dalam simalungkit, 2025). Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan skala likert dengan rentan skor 1 sampai 5. Skala ini dipilih karena dapat mengukur sikap, persepsi, dan kecenderungan responden secara kuantitatif (Sugiyono dalam simalungkit, 2025). Kuesioner ini digunakan untuk mengukur dua variabel, yaitu informasi media sosial @upr_official dan partisipasi mahasiswa.

Uji validitas instrument dilakukan dengan teknik *Pround Moment Correlation* untuk mengetahui keterkaitan antar item dengan total skor, sedangkan uji reliabilitas dilakukan menggunakan rumus Cronbach's Alpha untuk mengukur konsistensi internal butir-butir pertanyaan (Azwar dalam simalungkit, 2025). Hasil uji menunjukkan bahwa instrument yang digunakan adalah valid dan reliable, dengan rincian: 8 item untuk variabel X, yaitu informasi melalui media sosial, yang diukur menggunakan teori Informasi Publik yang dikemukakan oleh Grunig dan Hunt (1984), yang terdiri dari empat dimensi utama: keterbukaan informasi, akurasi informasi, transparansi, dan kredibilitas dengan masing-masing dimensi diukur melalui dua item pertanyaan dan 10 item untuk variabel Y, yaitu partisipasi mahasiswa dalam penyebaran informasi kelembagaan, diukur menggunakan teori Difusi Inovasi yang dikembangkan oleh Rogers (2003). Teori ini menjelaskan proses adopsi informasi melalui lima tahapan, yaitu pengetahuan (*knowledge*), persuasi (*persuasion*), keputusan (*desion*), implementasi (*implementation*) dan konfirmasi (*konfirmasion*) dimana setiap tahapan diukur melalui dua item pertanyaan. Sebelum dilakukan analisis data, dilakukan uji prasyarat meliputi uji normalitas dan uji linearitas. Setelah seluruh prasyarat terpenuhi, data dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana dengan bantuan program SPSS versi 29. Untuk mengetahui pengaruh antar variabel X dan Y.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Instrument penelitian ini meliputi variabel-variabel yang akan diamati dalam penelitian yang dirancang dalam bentuk angket atau kuesioner yang meliputi penilaian dan pengamatan kuesioner tiap variabel yaitu informasi melalui media sosial (variabel X), yang diukur berdasarkan dimensi keterbukaan informasi (X1), akurasi informasi (X2), transparansi (X3), dan kredibilitas sumber (X4) terhadap partisipasi mahasiswa (variabel Y) yang diukur melalui tahapan pengetahuan (Y1), persuasi (Y2), keputusan (Y3), implementasi (Y4), dan konfirmasi (Y5).

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini menjadi fondasi penting memahami konteks data yang dikumpulkan. Dengan mengetahui latar belakang demografis dan akademis responden, peneliti dapat menilai sejauh mana hasil penelitian dapat digeneralisasi dan bagaimana variabel-variabel tertentu mungkin memengaruhi jawaban yang diberikan:

Dari total 103 responden, distribusi usia menunjukkan bahwa mayoritas berada pada rentan usia 18-20 tahun, yaitu sebanyak 58 orang (57,3%). Kelompok usia ini merupakan fase awal masa dewasa, dimana individu sedang aktif dalam proses pembentukan identitas, pengembangan intelektual, dan eksplorasi sosial. Mereka umumnya merupakan mahasiswa semester awal hingga pertengahan, yang memiliki antusiasme tinggi terhadap kegiatan akademik dan sosial. Pada fase ini, mahasiswa juga cenderung lebih rentan terhadap ketergantungan pada internet dibandingkan kelompok masyarakat lainnya, karena berada dalam masa transisi psikologis yang dikenal sebagai *emerging adulthood* (Gordo, 2024; Oguguo, 2020; Tarifa-Rodriguez dalam Rabaani, 2024). Hal ini diperkuat oleh Rabaani dan Indriyani (2024) yang menyatakan bahwa mahasiswa merupakan kelompok yang paling aktif menggunakan media sosial, namun juga paling rentan mengalami dampak negatif seperti penurunan fokus akademik akibat penggunaan berlebihan. Kelompok usia 21-22 tahun menempati posisi kedua terbanyak, yaitu 36 orang (35,0%). Responden dalam kelompok ini biasanya berada pada tahap akhir studi sarjana, sedang menyelesaikan tugas akhir, atau mempersiapkan transisi ke dunia kerja. Mereka cenderung memiliki pandangan yang lebih matang dan pengalaman akademik yang lebih luas



dibandingkan kelompok usia sebelumnya. Responden yang berusia di bawah 18 tahun hanya berjumlah 6 orang (5,8%), yang kemungkinan besar merupakan mahasiswa baru atau peserta program akselerasi. Kelompok ini masih dalam tahap adaptasi terhadap lingkungan kampus dan proses pembelajaran di perguruan tinggi. Sementara itu, responden yang berusia di atas 23 tahun hanya 2 orang (1,9%), yang bisa jadi merupakan mahasiswa yang menempuh pendidikan dengan jeda waktu tertentu, mahasiswa pascasarjana, atau individu yang kembali melanjutkan studi setelah bekerja. Meskipun jumlahnya kecil, kehadiran mereka memberikan perspektif yang lebih dewasa dan reflektif terhadap isu yang diteliti. Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden didominasi oleh usia 18-20 dan 21-22 tahun.

Berdasarkan total data penelitian terhadap 103 responden, ternyata mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 72 orang (69,9%), sedangkan laki-laki berjumlah 31 orang (30,1%). Proporsi ini menunjukkan dominasi partisipasi perempuan dalam penelitian, yang dapat mencerminkan karakteristik populasi mahasiswa di lingkungan studi atau kecenderungan perempuan untuk lebih aktif dalam kegiatan akademik dan survei. Fenomena ini sejalan dengan laporan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (2022), yang mencatat bahwa perempuan menunjukkan tingkat partisipasi sosial dan pendidikan yang tinggi, terutama dalam kegiatan berbasis partisipasi seperti survei dan penelitian.

Latar Belakang (Fakultas)

Dari total 103 responden, mayoritas diisi oleh mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik (FISIP) yaitu berjumlah 67 (65,0%) orang, mahasiswa fakultas keguruan dan ilmu pendidikan (FKIP) berjumlah 13 (12,6%) orang. Mahasiswa fakultas pertanian sama seperti mahasiswa fakultas teknik yaitu berjumlah 7 (6,8%) orang, Mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis (FEB) yaitu berjumlah 4 (3,9%) orang, Diikuti dengan mahasiswa fakultas hukum jumlahnya juga sama dengan mahasiswa fakultas matematika dan ilmu pengetahuan alam (MIPA) yaitu 2 (1,9) orang dan yang paling sedikit diisi oleh mahasiswa fakultas kedokteran yaitu berjumlah 1 (1,0) orang.

Uji Validitas dan Reliabel

Adapun pengujian validitas antar variabel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan rumus *Product Moment Correlation*. Berdasarkan hasil perhitungan, seluruh item pada instrument diuji terhadap total skor masing-masing variabel untuk mengetahui tingkat validitasnya. Hasil uji menunjukkan bahwa : pada variabel X (informasi melalui media sosial @upr_official) yang terdiri dari 8 item dimensi pernyataan yaitu keterbukaan informasi (X1) 2 item valid, akurasi informasi (X2) 2 item valid, transparansi (X3) 2 item valid, dan kredibilitas sumber (X4) 2 item valid, seluruh item dinyatakan valid karena nilai r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikansi 5% terhadap variabel Y (partisipasi mahasiswa) yang terdiri dari 10 item pernyataan valid.

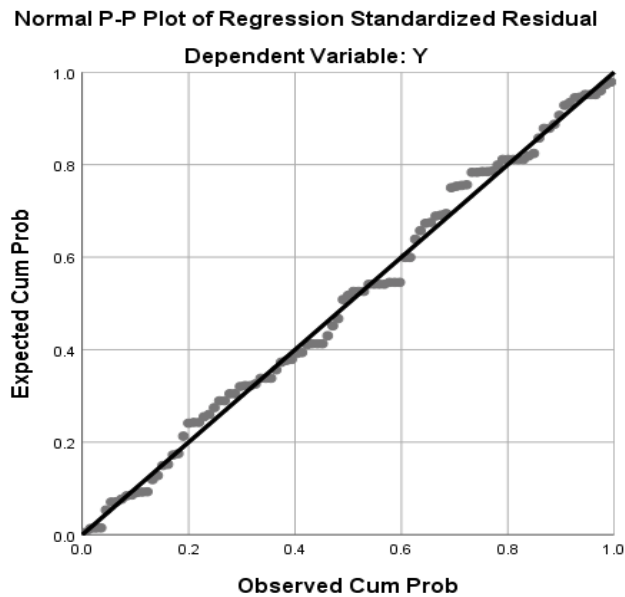
Perhitungan reabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan aplikasi komputer program SPSS versi 29. Uji reabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian menghasilkan data yang konsisten dan dapat dipercaya. Pengujian dilakukan terhadap seluruh item dalam variabel X (informasi melalui media sosial @upr_official) dan variabel Y (partisipasi mahasiswa), menggunakan teknik alpha cronbach. Berdasarkan hasil data dari 103 responden, diperoleh nilai reliabilitas sebagai berikut:

Dari hasil uji yang telah dilakukan, seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0.90, yaitu sebesar 0.902 untuk variabel X dan 0.923 untuk variabel Y. Dengan demikian, seluruh item pertanyaan dalam instrumen dinyatakan konsisten dan sangat reliabel.

Uji Prasyarat Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Lineatitas)

Regresi linier sederhana digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh informasi yang disampaikan melalui media sosial @upr_official terhadap partisipasi mahasiswa Universitas Palangka Raya dalam penyebaran informasi kelembagaan. Sebelum dilakukan pengujian regresi, terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap asumsi klasik, salah satunya adalah uji normalitas.

Uji Normalitas bertujuan untuk memastikan bahwa data dari variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi yang mendekati normal, sehingga hasil estimasi regresi dapat dianggap valid dan tidak bias. Menurut Ghozali (2016), model regresi yang baik harus memiliki residual yang terdistribusi normal, yang dapat dilihat melalui grafik *Normal Probability Plot*. Jika titik-titik data menyebar di sekitar atau didekat garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut, maka model regresi dinyatakan memenuhi asumsi kenormalan.

Gambar 1. Normalitas P-P Plot

Sumber : Output SPSS 29, 2025

Gambar 1 diatas dikutip dari program spss 29 mengidentifikasi bahwa titik menyebar disekitar garis diagonal dan tidak menyebar menjauh dari garisnya sehingga dapat dikatakan normal.

Analisis Regresi Linear

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji Regresi Sederhana digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat dan membandingkan nilai T hitung dengan T tabel.

Tabel 1. Analisis Regresi Linear Sederhana

No	Model	Unstandardized coefficients (B)	Standard Error
1.	Konstanta (a)	11.620	3.361
2.	Informasi Media Sosial (X)	.743	105

Sumber: Output SPSS 29,2025

Rumus: $Y = a + bx$ Keterangan a = angka kostanta dari unstandardized coefficients yaitu 11.620. Artinya Jika tidak ada informasi melalui media sosial @upr_official (X) maka nilai konsisten partisipasi mahasiswa (Y) adalah 11.620. b = angka koefisien regresi. Nilainya sebesar 0.743 Artinya setiap penambahan 1% pada informasi melalui media sosial @upr_official (X), partisipasi mahasiswa (Y) juga akan meningkat 0.743. Kesimpulannya, Karena nilai koefisien regresi positif (+) maka dapat disimpulkan bahwa: Variable X berpengaruh positif terhadap variable Y, sehingga $Y = 11.620 + 0.743 X$.

Tabel 2. Uji Hipotesis

No	Variabel	T hitung	Sig.(p-value)
1.	Informasi media sosial (X)	7.057	0.001

Sumber: Output SPSS 29,2025

Berdasarkan tabel diatas $0.001 < 0.05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima artinya adanya pengaruh informasi melalui media sosial @upr_official (X) terhadap partisipasi mahasiswa Universitas Palangka Raya (Y).

Tabel 3. Uji T

No	Variabel Bebas	T hitung	T tabel	Sig.(p-value)	Keterangan
1.	Informasi media sosial (X)	7.057	1.988	0.000	Signifikansi (H_0 ditolak)

Sumber: Output SPSS 29,2025



Keterangan $\alpha = 0,05$ $n = 103$ sampel, $k = 2$ 25, t hitung = 7.057 nilai $(\alpha)/2 = 0,05/2 = 0.025$. $df = n - k = 103 - 2 = 101$, sehingga df 101 (maka liat di tabel bahwa t , tabel $t = 1.988$). Sehingga, t hitung 7,057 > t tabel 1,988 berarti H_0 di tolak dan H_a diterima. Kesimpulannya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen pada tingkat signifikan 5%. Artinya , model regresi yang digunakan memiliki kekuatan prediktif yang valid.

Tabel 4. Uji Determinal/Uji R

No	R (koefisien korelasi)	R Square (koefisien determinasi)	Keterangan
1.	0.575	330	Hubungan cukup kuat 33.0% variasi Y dijelaskan oleh X

Sumber: Output SPSS 29,2025

Berdasarkan tabel diatas r squarenya 0.330 artinya pengaruh informasi melalui media sosial upr official (x) terhadap partisipasi mahasiswa (y) adalah sebesar 33,0 % sedangkan 67.0 % partisipasi mahasiswa dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

Tabel 5. Analisis regresi sederhana



Sumber : model struktual pengaruh informasi melalui media social @upr_official terhadap partisipasi mahasiswa universitas palangka raya.

Keterangan :

- H_0 Tidak ada pengaruh antara informasi melalui media social @upr_official terhadap partisipasi Mahasiswa Universitas Palangka Raya.
- H_1 Terdapat pengaruh antara informasi melalui media social @upr_official terhadap partisipasi mahasiswa Universitas Palangka Raya.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis data, diketahui bahwa informasi yang disampaikan melalui media sosial resmi Universitas Palangka Raya (@upr_official) memiliki pengaruh signifikan terhadap partisipasi mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial kampus tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi, tetapi juga mampu membentuk keterlibatan mahasiswa secara aktif dalam berbagai aktivitas. Lebih rinci, pembahasan ini menguraikan temuan utama secara simultan dan parsial, serta mengaitkannya dengan teori dan studi terdahulu. Pengaruh Informasi Media Sosial secara Simultan terhadap Partisipasi Mahasiswa. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa informasi melalui media sosial berpengaruh signifikan terhadap partisipasi mahasiswa, dengan nilai t hitung sebesar 7.057 > t tabel 1.988 dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.330 menunjukkan bahwa 33% variasi partisipasi mahasiswa dapat dijelaskan oleh informasi yang disampaikan melalui media sosial, sedangkan 67% dipengaruhi oleh faktor lain. Hal ini mengindikasikan bahwa media sosial kampus memiliki peran penting, namun bukan satu-satunya faktor yang mendorong partisipasi mahasiswa.

Secara konseptual, media sosial berfungsi sebagai saluran komunikasi dua arah yang memungkinkan mahasiswa tidak hanya menerima informasi, tetapi juga berperan aktif dalam menyebarkannya. Seperti dijelaskan oleh Grunig dan Hunt (1984), keterbukaan, akurasi, transparansi, dan kredibilitas informasi merupakan dimensi penting dalam membangun komunikasi publik yang efektif. Ketika konten yang disampaikan memenuhi dimensi tersebut, mahasiswa cenderung lebih terlibat secara digital.

Setiap dimensi dari variabel X memiliki kontribusi yang berbeda terhadap partisipasi mahasiswa:

- Keterbukaan Informasi (X1): Mahasiswa menunjukkan respons positif terhadap konten yang terbuka dan mudah diakses. Konten seperti akreditasi unggul dan prestasi mahasiswa memperoleh interaksi tertinggi, menunjukkan bahwa transparansi institusi mendorong partisipasi digital.
- Akurasi Informasi (X2): Informasi yang akurat dan sesuai fakta meningkatkan kepercayaan mahasiswa terhadap akun @upr_official. Ketika informasi yang disampaikan terbukti benar dan relevan, mahasiswa lebih terdorong untuk membagikannya.
- Transparansi (X3): Transparansi berkontribusi pada partisipasi mahasiswa dengan menciptakan pandangan bahwa institusi bersikap jujur dan bertanggung jawab. Sejalan dengan teori komunikasi publik yang menyebutkan bahwa semakin transparan suatu organisasi, semakin tinggi pula tingkat keterlibatan audiens.

- Kredibilitas Sumber (X4): Kredibilitas akun @upr_official sebagai sumber resmi kampus menjadi faktor utama dalam mendorong partisipasi. Mahasiswa cenderung lebih aktif menyebarkan informasi yang berasal dari sumber yang mereka anggap terpercaya. Selain itu, mahasiswa juga memanfaatkan media sosial sebagai alat utama untuk menyebarkan informasi dan memobilisasi dukungan terhadap berbagai inisiatif sosial, baik yang bersifat akademik maupun kemasyarakatan (Simanjuntak et al., 2024). Peran ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya menjadi penerima informasi kelembagaan, tetapi juga berfungsi sebagai penggerak komunikasi publik yang aktif dan strategis di lingkungan kampus.

Kesesuaian dengan Teori dan Studi Sebelumnya

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Difusi Inovasi yang dikemukakan oleh Rogers (2003), yang menjelaskan bahwa proses menerima dan menerapkan informasi atau inovasi terdiri dari lima tahap, yaitu pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan juga konfirmasi. Dalam penelitian ini, mahasiswa Universitas Palangka Raya menunjukkan pola partisipasi yang sesuai dengan tahapan tersebut. Mereka tidak hanya menerima informasi dari akun @upr_official, tetapi juga menilai apakah informasi itu relevan, memutuskan untuk menyebarkannya, dan pada akhirnya memperkuat keterlibatan mereka dengan tindakan seperti membagikan kembali konten, memberikan komentar, atau mengajak teman untuk mengikuti akun tersebut.

Temuan ini juga mendukung hasil penelitian Oktivera et al. (2024), yang menunjukkan bahwa 55% mahasiswa memilih perguruan tinggi berdasarkan informasi yang mereka dapatkan melalui akun media sosial resmi kampus. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya sebagai alat komunikasi satu arah, tetapi juga menjadi tempat penting dalam proses pengambilan keputusan akademik mahasiswa. Dalam konteks ini, akun @upr_official berperan sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya dan berpengaruh terhadap persepsi serta tindakan mahasiswa.

Selanjutnya, Arlina et al. (2023) menekankan bahwa penggunaan media sosial oleh lembaga pendidikan dapat meningkatkan keterlibatan mahasiswa dalam berbagai kegiatan, baik akademik maupun non-akademik. Hal ini terlihat dalam penelitian ini, dimana mahasiswa yang aktif mengikuti akun @upr_official menunjukkan partisipasi lebih tinggi dalam menyebarkan informasi tentang lembaga. Ini menunjukkan bahwa media sosial bisa memperkuat rasa memiliki terhadap kampus dan membentuk komunitas digital yang aktif. Selain itu, Simanjuntak et al. (2024) menyatakan bahwa mahasiswa kini tidak hanya menerima informasi, tetapi juga berperan dalam menciptakan ulang konten melalui fitur likes, comments, shares, dan reposts. Hal ini memperluas jangkauan pesan lembaga secara alami. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan temuan bahwa kredibilitas dan transparansi informasi sangat memengaruhi keputusan mahasiswa untuk menyebarkan konten kampus.

Temuan ini memberikan rekomendasi penting dalam merancang strategi komunikasi digital kampus yang lebih efektif dan melibatkan partisipasi aktif. Salah satu hasil utama menunjukkan bahwa kualitas informasi yang disampaikan melalui akun media sosial kampus, khususnya @upr_official, memiliki pengaruh besar terhadap partisipasi mahasiswa. Oleh karena itu, lembaga pendidikan perlu meningkatkan aspek keterbukaan, ketepatan, transparansi, dan kredibilitas dalam setiap konten yang dipublikasikan. Informasi yang jelas, faktual, dan berasal dari sumber resmi telah terbukti meningkatkan kepercayaan dan mendorong partisipasi mahasiswa dalam menyebarkan informasi terkait institusi.

Strategi komunikasi juga harus memperhatikan karakteristik demografis mahasiswa. Mayoritas partisipan dalam penelitian ini berusia 18–22 tahun dan berasal dari Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik. Hal ini menunjukkan bahwa perlu dilakukan pendekatan komunikasi yang sesuai dengan gaya generasi muda, seperti penggunaan bahasa yang ramah, desain visual menarik, serta format interaktif seperti polling, cerita singkat, atau sesi tanya jawab. Penyesuaian konten berdasarkan fakultas atau minat akademik mahasiswa juga dapat meningkatkan kesesuaian dan partisipasi digital mereka. Selain itu, model tahapan difusi inovasi yang diajukan oleh Rogers dapat digunakan sebagai kerangka dalam merancang strategi komunikasi kampus.

Konten dapat disusun secara bertahap, mulai dari penyampaian informasi awal (pengetahuan), membangun daya tarik (persuasi), ajakan untuk bertindak (keputusan), dorongan untuk menyebarkan (implementasi), hingga pemberian umpan balik atau pengakuan atas partisipasi mahasiswa (konfirmasi). Pendekatan ini memungkinkan lembaga pendidikan untuk memetakan dan mengevaluasi efektivitas komunikasi secara lebih terstruktur. Mahasiswa yang aktif dalam menyebarkan informasi kampus dapat dimanfaatkan sebagai duta digital atau relawan komunikasi, dengan membentuk tim konten dari mahasiswa, pesan yang disampaikan akan terasa lebih autentik dan dekat dengan audiens. Untuk mendukung peran mereka, diperlukan pelatihan tentang literasi digital dan komunikasi publik agar mahasiswa memahami prinsip etika dan keakuratan informasi. Dalam hal terakhir, evaluasi berkala berdasarkan data performa konten sangat penting dilakukan. Penggunaan alat analitik media sosial dan survei partisipatif dapat membantu lembaga pendidikan memahami dinamika audiens dan merancang



komunikasi yang lebih responsif. Dengan pendekatan ini, kampus dapat membangun ekosistem komunikasi digital yang inklusif, fleksibel, dan kompetitif.

KESIMPULAN DN SARAN

Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan melalui media sosial resmi Universitas Palangka Raya (@upr_official) berpengaruh terhadap partisipasi mahasiswa dalam menyebarkan informasi kampus. Mahasiswa lebih terdorong untuk terlibat ketika konten yang diunggah jelas, akurat, menarik, dan berasal dari sumber resmi yang kredibel. Hal ini memperlihatkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi, tetapi juga mampu membangun keterlibatan mahasiswa secara aktif dalam aktivitas kehidupan kampus. Namun, partisipasi mahasiswa tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh media sosial saja. Terdapat faktor lain di luar konten digital yang juga mempengaruhi keterlibatan mahasiswa, seperti pengalaman langsung, kegiatan organisasi, interaksi sosial, serta motivasi pribadi. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial kampus tetap perlu dikembangkan secara kreatif, terbuka, dan komunikatif agar mampu memperkuat kesadaran, rasa memiliki, dan keterlibatan aktif mahasiswa dalam lingkungan akademik.

Saran

Untuk meningkatkan efektivitas komunikasi digital kampus melalui media sosial @upr_official serta meningkatkan kualitas dan konsistensi konten yang disampaikan, dengan memperhatikan prinsip keterbukaan, akurasi, transparansi, dan kredibilitas informasi. Pemilihan jenis konten yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa, seperti informasi akademik, prestasi institusi, dan kegiatan kemahasiswaan, perlu diprioritaskan guna mendorong partisipasi aktif. Selain itu, strategi penyampaian informasi juga perlu disesuaikan dengan karakteristik audiens, termasuk pemanfaatan waktu unggah yang tepat, desain visual yang menarik, serta penggunaan fitur interaktif seperti polling, komentar, dan repost. Untuk memperkuat keterlibatan mahasiswa secara berkelanjutan, institusi juga diharapkan mengintegrasikan media sosial sebagai bagian dari sistem komunikasi kelembagaan yang strategis dan berbasis data. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain di luar media sosial yang turut mempengaruhi partisipasi mahasiswa, seperti motivasi intrinsik, pengalaman organisasi, dan faktor lingkungan akademik.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzahra, N. (2024). Model Informasi Publik dalam Komunikasi Kelembagaan Pendidikan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 14–25.
- Amin, M. S., Arifudin, D., Ikhsan, I., & Indriyani, R. (2024). Optimasi Media Digital dalam meningkatkan Citra Daya Tarik Kampus melalui Pelatihan Konten Kreatif Humas Universitas Amikom Purwokerto. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(4), 5204-5209.
- Arlina, A., Munawwarah, R., Hasibuan, S. H., Lesmana, D. Y., & Manik, S. (2023). Studi Kasus: Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Pembelajaran di Perguruan Tinggi. *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru*, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Fabriar, S. R., Fitri, A. N., & Fathoni, A. (2022). Podcast: Alternatif Media Dakwah Era Digital. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 14(1), 1–6.
- Gramedia Literasi. (2023). *Teori Difusi Inovasi dan Implementasinya di Dunia Pendidikan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. (2022) Profil Perempuan Indonesia. Jakarta: KemenPPPA.
- Muthmainnah, M., & Taufik, A. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa. *ELIPS: Jurnal Pendidikan Matematika*, 4(2), 159–166.
- Novianti, R., Sari, D. M., & Pratama, A. (2023). Strategi branding institusi pendidikan melalui media sosial. *Jurnal Komunikasi Digital*, 11(2), 45-59.
- Nasiruddin, F. A., & Rapa, L. G. (2022). Dampak media sosial terhadap prestasi belajar mahasiswa. *EDUSTUDENT: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Pengembangan Pembelajaran*, 1(3), 188-193.

- Oktivera, E., Wirawan, F. A., & Surya Jaya, A. (2024). Pemilihan Media Sosial dalam Pemenuhan Informasi Memilih Perguruan Tinggi. *Jurnal Audiens*, 5(1).
- Ramadhany, R. (2025). *Buku Saku Digital Penggunaan Aplikasi SPSS Versi 29*. Palangka Raya : FISIP Universitas Palangka Raya.
- Rabaani, S., & Indriyani, D. (2024). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap prestasi akademik siswa. *Pubmedia Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Indonesia* , 1 (3), 10-10.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations (5th ed)*. New York: Free Press.
- Simanungkalit, E. M. (2025). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Motivasi Terhadap Kinerja Guru. *Equity in Education Journal (EEJ)*, 2(4), 38-47
- Simanjuntak, C. I., Khotimah, K., Afza, F. F., Rafiansyah, N. A., & Radianto, D. O. (2024). Analisis Hubungan Penggunaan Sosial Media Dengan Peran Mahasiswa Di Masyarakat. *Journal Sains Student Research*, 2(3), 29-36..
- Syifa, S. F., Istirohmah, A. N., Lestari, P., & Azizah, M. N. (2023). Dampak penggunaan media sosial terhadap prestasi belajar peserta didik. *Jurnal BELAINDIKA (Pembelajaran Dan Inovasi Pendidikan)*, 5(1), 21-27.
- Silviah, R. (2022). *Strategi Komunikasi Digital di Lembaga Pendidikan*. Bandung: Media Edukasi
- Sugiyono (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.