

Analisis Korelasi Instagram @ui_makassar dan Penyebaran Informasi Akademik dan Non-Akademik

Khusnul Ramdhaniah¹⁾, Raidah Intizar²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Makassar

*E-mail: khsnlrmdh18@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the relationship between the use of Instagram @ui_makassar and the dissemination of academic and non-academic information among students of Universitas Islam Makassar. Using descriptive quantitative method, data were collected through questionnaires from 365 respondents selected by simple random sampling. The simple linear regression test results showed a positive and significant correlation between the two variables, with a coefficient value of 0.717 and a significance of 0.000 ($p < 0.05$). This finding indicates that the more active the use of campus Instagram, the more effective the dissemination of information to students. This study confirms the importance of optimizing social media as a strategic communication channel in higher education and contributes to the study of digital communication in the academic environment.

Keywords: Information dissemination, instagram, students.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan antara penggunaan Instagram @ui_makassar dengan penyebaran informasi akademik dan non-akademik di kalangan mahasiswa Universitas Islam Makassar. Menggunakan metode kuantitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui kuesioner dari 365 responden yang dipilih secara simple random sampling. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan korelasi positif dan signifikan antara kedua variabel, dengan nilai koefisien 0,717 dan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa semakin aktif penggunaan Instagram kampus, semakin efektif penyebaran informasi kepada mahasiswa. Penelitian ini menegaskan pentingnya optimalisasi media sosial sebagai saluran komunikasi strategis dalam pendidikan tinggi serta berkontribusi pada kajian komunikasi digital di lingkungan akademik.

Kata kunci: Instagram, mahasiswa, penyebaran informasi.

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam pola interaksi sosial. Awalnya hanya digunakan untuk tujuan berkomunikasi jarak jauh, kini media sosial telah berkembang menjadi alat komunikasi strategis di banyak bidang. Media sosial banyak digunakan untuk menyebarkan informasi karena kesederhanaan dan fleksibilitasnya merupakan alasan mengapa orang memilih media sosial sebagai media penyebaran informasi (Sihombing, 2020).

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi besar dalam cara komunikasi dilakukan, termasuk di lingkungan pendidikan tinggi. Media sosial, khususnya Instagram, kini menjadi alat penting bagi perguruan tinggi dalam menjangkau mahasiswa secara cepat dan efektif. Menurut data dari *Datareportal*, hingga awal tahun 2024, total pengguna media sosial Instagram aktif di Indonesia mencapai 100,9 juta orang (Kemp, 2024). Hal ini sangat relevan mengingat mayoritas mahasiswa saat ini berasal dari generasi Z, yang memiliki ketergantungan

tinggi terhadap perangkat digital dan media sosial sebagai sumber informasi utama.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan media sosial kampus seperti Instagram mampu meningkatkan efektivitas komunikasi institusional. (Luthfi & Mubarak, 2023) menemukan bahwa Instagram merupakan media yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada mahasiswa, sementara penelitian (Munandar, 2022) menunjukkan bahwa akun Instagram kampus dapat memenuhi kebutuhan informasi akademik mahasiswa secara optimal. (Rachma et al., 2022) juga menemukan bahwa keberhasilan penyebaran informasi melalui media sosial sangat dipengaruhi oleh kualitas konten dan interaksi yang ditawarkan.

Dalam lingkungan kampus, media sosial memainkan peran penting sebagai jembatan komunikasi antara pihak kampus dan mahasiswa. Universitas menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi akademik seperti jadwal kuliah, ujian, dan pengumuman penting, serta informasi non-akademik seperti kegiatan organisasi mahasiswa, promosi kampus, seminar, dan program pengabdian masyarakat. Contohnya seperti penelitian dari (Sahid, 2023), menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh universitas dapat meningkatkan jumlah pendaftar mahasiswa baru.

Namun, masih terbatas penelitian yang secara khusus meneliti keterkaitan penggunaan Instagram kampus terhadap penyebaran informasi akademik dan non-akademik di lingkungan Universitas Islam Makassar. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokus kajiannya terhadap akun resmi @ui_makassar sebagai media komunikasi kampus dan bagaimana akun tersebut

berkontribusi dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa secara menyeluruh.

Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan Instagram @ui_makassar dan penyebaran informasi akademik serta non-akademik di kalangan mahasiswa Universitas Islam Makassar. Penelitian ini didasari oleh pentingnya media sosial dalam mendukung komunikasi strategis kampus serta memberikan gambaran empirik tentang efektivitas saluran digital tersebut dalam konteks pendidikan tinggi.

Tujuan dari kajian ini adalah untuk menganalisis korelasi antara penggunaan akun Instagram resmi kampus dan efektivitas penyebaran informasi akademik dan non-akademik di lingkungan Universitas Islam Makassar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap kajian komunikasi digital serta menawarkan masukan praktis bagi pengelolaan media sosial institusi pendidikan.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan utama penelitian yang telah dikemukakan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah: H_0 : Tidak terdapat hubungan antara media sosial Instagram kampus @ui_makassar terhadap penyebarluasan informasi akademik dan non-akademik bagi mahasiswa Universitas Islam Makassar.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis deskriptif untuk menggambarkan distribusi jawaban responden. Analisis ini mencakup distribusi frekuensi, rata-rata skor, dan persentase masing-masing variabel sehingga bisa dibuatkan kesimpulan hipotesis yang dibuat terbukti atau tidak (Berlianti et al., 2024) terdapat hubungan antara penggunaan Instagram @ui_makassar

dan penyebaran informasi akademik dan non-akademik kepada mahasiswa Universitas Islam Makassar. Sedangkan analisis inferensial seperti uji korelasi digunakan untuk mengetahui arah hubungan dan signifikansi kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih (Roflin & Zulvia, 2021). Bahan utama dalam penelitian ini berupa data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara survei. Survei merupakan metode penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data (Malacopo & Andriansyah, 2023). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup dengan skala biner yang hanya memiliki 2 kemungkinan, di mana responden diminta untuk menjawab setiap pernyataan dengan pilihan "Ya" atau "Tidak" (Basuki, 2018) dan disebarluaskan secara daring menggunakan Google Form. Dalam suatu penelitian, sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk dijadikan sebagai sumber utama dalam pengumpulan data (Darwin et al., 2021). Jumlah responden sebanyak 365 mahasiswa aktif Universitas Islam Makassar, yang dipilih menggunakan teknik simple random sampling yaitu teknik pengambilan sampel dimana setiap anggota populasi mendapatkan kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Syaputra, 2022). Kriteria responden adalah mahasiswa aktif yang memiliki akun Instagram dan mengikuti akun resmi @ui_makassar.

Sebelum dilakukan analisis utama, data diuji validitas dan reliabilitasnya. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen secara akurat merepresentasikan konsep yang sedang diteliti. Suatu instrumen untuk menentukan valid tidaknya dinilai dengan membandingkan r hitung dengan r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka data

dianggap valid. Instrumen penelitian dikatakan valid apabila mampu mengukur sesuai dengan tujuan yang diharapkan, serta menghasilkan data yang tepat dan akurat dari variabel yang sedang diteliti (Islami, 2021). Sedangkan uji reliabilitas merupakan metode untuk menilai sejauh mana suatu kuesioner dapat dikatakan akurat, yaitu ketika jawaban responden menunjukkan konsistensi. Pengujian reliabilitas dilakukan setelah instrumen dinyatakan valid. Salah satu teknik yang digunakan untuk menghitung tingkat reliabilitas data adalah dengan menggunakan *Cronbach Alpha* (Islami, 2021).

Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear sederhana, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (X) yaitu penggunaan Instagram @ui_makassar, dan variabel dependen (Y) yaitu penyebaran informasi akademik dan non-akademik. Seluruh proses pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS versi 25, yang mendukung perhitungan statistik secara sistematis dan akurat.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa Universitas Islam Makassar adalah pengguna aktif akun Instagram @ui_makassar. Dari 365 responden, sebanyak 82,7% mengaku mengikuti akun tersebut dan secara rutin mengakses informasi yang dipublikasikan. Responden didominasi oleh mahasiswa berusia 21-23 tahun (63,0%) dan berasal dari angkatan 2021 (39,2%), yang menunjukkan bahwa pengguna media sosial kampus terbanyak berasal dari kalangan mahasiswa aktif tingkat dua hingga tiga. Mayoritas responden juga merupakan perempuan (61,4%), yang secara umum menunjukkan tingkat partisipasi yang lebih tinggi dalam survei dan penggunaan media sosial kampus.

Hasil analisis terhadap 14 item variabel X menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab "ya", yang menandakan bahwa

Instagram @ui_makassar dinilai sebagai media informasi kampus yang relevan, bermanfaat, dan mudah digunakan. Item dengan persentase tertinggi (92,6%) menunjukkan mahasiswa merasakan manfaat langsung dari informasi yang disampaikan. Sementara itu, persentase terendah (74,2%) menunjukkan belum semua mahasiswa menjadikan Instagram sebagai sumber utama informasi non-akademik. Secara umum, temuan ini mengindikasikan bahwa Instagram @ui_makassar dimanfaatkan secara efektif oleh mahasiswa untuk mengakses informasi kampus secara cepat dan praktis.

Hasil analisis terhadap 10 item variabel Y menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan jawaban “ya”, yang mencerminkan persepsi positif terhadap efektivitas penyebaran informasi melalui Instagram @ui_makassar. Item dengan persentase tertinggi (91,2%) menunjukkan bahwa akun tersebut membantu mahasiswa memahami kebijakan akademik. Sementara itu, item dengan persentase terendah (77,8%) mengindikasikan bahwa tidak semua responden merasa termotivasi mengikuti kegiatan non-akademik setelah melihat konten yang dipublikasikan. Secara umum, akun Instagram @ui_makassar tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga turut membentuk pemahaman dan keterlibatan mahasiswa dalam aktivitas kampus.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Item Angket	X	Y	R Tabel (N=365)	Sig.	Ket
1	0,640	0,522	0,113	0,000	Valid
2	0,586	0,491	0,113	0,000	Valid
3	0,591	0,581	0,113	0,000	Valid
4	0,585	0,759	0,113	0,000	Valid
5	0,656	0,631	0,113	0,000	Valid
6	0,540	0,768	0,113	0,000	Valid
7	0,698	0,738	0,113	0,000	Valid
8	0,569	0,728	0,113	0,000	Valid
9	0,648	0,700	0,113	0,000	Valid
10	0,505	0,674	0,113	0,000	Valid
11	0,588	-	0,113	0,000	Valid
12	0,590	-	0,113	0,000	Valid
13	0,645	-	0,113	0,000	Valid
14	0,575	-	0,113	0,000	Valid

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel X dan Y dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai korelasi Pearson yang lebih besar dari r_{tabel} (0,113) pada tingkat signifikansi 5% ($p < 0,05$). Dengan demikian, seluruh item kuesioner dinilai mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan akurat, serta layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Skor Cronbach Alpha	Jumlah Item	Hasil
1	X	0,862	14	Reliabel
2	Y	0,858	10	Reliabel

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian memiliki nilai **Cronbach's Alpha** $> 0,60$, yang menandakan bahwa instrumen yang digunakan memiliki tingkat konsistensi internal yang baik. Dengan demikian, kuesioner pada variabel penggunaan Instagram @ui_makassar dan penyebaran informasi akademik dan non-akademik dapat dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini.

Tabel 3. Hasil regresi linear sederhana

Komponen	Hasil	Interpretasi
Koefisien Korelasi (R)	0,717	Hubungan kuat dan positif
Koefisien Determinasi (R^2)	0,514	51,4% variabel Y dijelaskan oleh variabel X
Adjusted R Square	0,513	Konsisten dengan R^2 , menunjukkan model cukup stabil
Standar Error of the Estimate	1,637	Semakin kecil nilai ini, semakin baik prediksi model

Hasil regresi linear sederhana menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang kuat antara penggunaan Instagram @ui_makassar dan penyebaran informasi akademik dan non-akademik, dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,717. Nilai $R^2 = 0,514$ mengindikasikan bahwa 51,4% variasi dalam penyebaran informasi dapat dijelaskan oleh variabel penggunaan Instagram, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Nilai Adjusted $R^2 = 0,513$ menunjukkan stabilitas model setelah penyesuaian jumlah prediktor. Sementara itu, Std. Error of the Estimate sebesar 1,637 menunjukkan tingkat kesalahan prediksi model yang relatif rendah.

Tabel 4. Hasil uji anova

Komponen	Hasil	Interpretasi
Sum of Squares Regression	1030,344	Model mampu menjelaskan variasi data secara signifikan
Sum of Squares Residual	972,873	Variasi lainnya berasal dari faktor luar model
Mean Square Regression	1030,344	Besarnya rata-rata variasi yang dijelaskan model
Mean Square Residual	2,680	Besarnya kesalahan rata-rata per unit
F (F hitung)	384,444	Nilai F sangat besar, menunjukkan pengaruh signifikan
Sig.	0,000	Nilai signifikan < 0,05, menunjukkan model regresi signifikan secara statistik

Hasil uji ANOVA menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan secara statistik, dengan nilai $F = 384,444$ dan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Nilai Sum of Squares Regression sebesar 1030,344 mengindikasikan bahwa variasi dalam penyebaran informasi dapat dijelaskan secara

substansial oleh penggunaan Instagram @ui_makassar. Temuan ini menegaskan bahwa variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

Tabel 5. Hasil analisis koefisien regresi

Komponen	Hasil	Interpretasi
Koefisien B (TOTALX)	0,568	Setiap kenaikan 1 satuan penggunaan Instagram maka penyebaran informasi naik 0,568
t Hitung	19,607	Nilai t jauh di atas batas kritis berarti signifikan
Sig. (p-value)	0,000	$p < 0,05$ artinya pengaruh signifikan
Beta (Standar)	0,717	Pengaruh variabel X tergolong kuat terhadap variabel Y
Konstanta (B)	1,767	Penyebaran informasi tetap ada meskipun Instagram tidak digunakan.

Hasil analisis koefisien regresi menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 1,767 mengindikasikan tingkat penyebaran informasi ketika penggunaan Instagram bernilai nol. Koefisien regresi untuk variabel penggunaan Instagram @ui_makassar adalah $B = 0,568$ dengan $Beta = 0,717$, yang menunjukkan pengaruh kuat dan positif terhadap penyebaran informasi. Nilai $t = 19,607$ dan $sig. = 0,000$ ($p < 0,05$) menegaskan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik.

Meningkatnya penggunaan media sosial, khususnya platform Instagram, telah mengubah pola komunikasi informasi akademik dan non-akademik di lingkungan perguruan tinggi. Berdasarkan data dari 365 responden mahasiswa Universitas Islam Makassar, mayoritas pengguna akun Instagram

@ui_makassar berada pada rentang usia 21–23 tahun (63,0%), dan sebagian besar adalah perempuan (61,4%). Karakteristik ini mencerminkan dominasi generasi Z, yaitu kelompok yang sangat akrab dengan teknologi digital dan perangkat mobile, yang memungkinkan akses informasi secara cepat dan mudah di mana saja (Yusuf & Hamdi, 2021).

Sebagian besar responden berasal dari angkatan 2021 dan 2022, menunjukkan bahwa mahasiswa tingkat menengah merupakan pengguna aktif media sosial kampus. Sebanyak 82,7% dari mereka mengaku mengikuti akun @ui_makassar secara aktif, yang menandakan tingkat keterlibatan tinggi dalam mengakses informasi kampus melalui media sosial. Temuan ini selaras dengan (Pratiwi et al., 2020) yang menegaskan pentingnya pengasuhan digital dalam menunjang kebutuhan informasi mahasiswa.

Penelitian ini menguatkan teori **Difusi Inovasi** dari Everett Rogers, yang menjelaskan bahwa adopsi inovasi seperti media sosial dipengaruhi oleh lima unsur: inovasi itu sendiri, saluran komunikasi, waktu, sistem sosial, dan karakteristik pengadopsi. Dalam konteks ini, Instagram berperan sebagai media digital inovatif yang memungkinkan penyampaian informasi secara cepat, menarik, dan interaktif. Mahasiswa, sebagai bagian dari sistem sosial kampus, berperan sebagai adopter utama yang secara aktif mengadopsi dan memanfaatkan media ini untuk kebutuhan informatif sehari-hari (Julyanti, 2021).

Teori Difusi Inovasi, yang dikemukakan oleh Everett Rogers (2003), menjelaskan bagaimana inovasi atau ide baru diterima dan diadopsi oleh masyarakat atau kelompok sosial. Proses difusi inovasi terdiri dari beberapa tahap yang menggambarkan perjalanan suatu teknologi atau ide dari tahap

awal penyebaran hingga tahap adopsi penuh oleh audiens. Dalam arti yang lebih luas, tujuan teori ini adalah untuk menjelaskan, memahami, memprediksi, dan mendorong perubahan sosial karena terdapat berbagai konsep dan hubungan antar konsep tersebut yang dijelaskan dalam teori (Mailin et al., 2015).

Dalam kerangka *Uses and Gratification Theory*, mahasiswa memanfaatkan Instagram kampus untuk memenuhi tiga jenis kebutuhan utama: kognitif, afektif, dan sosial. Pada dimensi kognitif, mahasiswa mengakses akun Instagram kampus untuk memperoleh informasi akademik seperti jadwal perkuliahan, beasiswa, dan kegiatan organisasi. Pada dimensi afektif, responden menganggap konten Instagram kampus tidak hanya informatif, tetapi juga menarik secara visual dan komunikatif. Sedangkan dalam dimensi sosial, fitur interaktif seperti komentar, likes, dan story memungkinkan mahasiswa untuk berpartisipasi dan terhubung dengan pihak kampus maupun sesama mahasiswa (Isnaini et al., 2023).

Kartz dalam Karunia H et al., (2021) mengatakan teori penggunaan dan kepuasan membuat tiga asumsi, yaitu terkait dengan poin pertama audiens dihadapkan pada banyaknya pilihan dan opsi media. Munculnya berbagai macam pilihan untuk memenuhi kebutuhan audiens. Kebutuhan yang dimaksud yaitu kebutuhan dari segi psikologis dan sosial. Poin kedua adalah menghubungkan media dengan teori uses and gratification yang mencoba mengidentifikasi kebutuhan dari tiap audiens. Ketiga, adanya persaingan antar media untuk memenuhi kebutuhan audiens.

Teori ini berangkat dari pandangan bahwa audiens tidak sekadar menerima pesan yang disampaikan media, tetapi mereka juga dinilai paham mengenai kebutuhan mereka

serta bertanggung jawab terhadap pilihan media yang dapat memenuhi kebutuhan mereka (Rahma, 2021). berli

Hasil penelitian juga menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara penggunaan Instagram @ui_makassar dengan tingkat penyebaran informasi akademik dan non-akademik. Hal ini diperkuat oleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,717 dengan signifikansi 0,000, yang berarti semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram, semakin efektif pula penyebaran informasi yang diterima mahasiswa. Temuan ini konsisten dengan penelitian (Munandar, 2022) yang menyatakan bahwa media sosial kampus berperan penting dalam menjembatani kebutuhan informasi civitas akademika secara cepat dan tepat.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini tidak hanya menjawab hipotesis bahwa terdapat hubungan antara penggunaan Instagram dan penyebaran informasi kampus, tetapi juga memberikan kontribusi teoritis terhadap pemahaman peran media sosial dalam komunikasi institusi pendidikan. Secara praktis, hasil ini dapat dijadikan dasar dalam merancang strategi komunikasi digital yang lebih terarah dan partisipatif di lingkungan kampus.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul "Analisis Korelasi Instagram @ui_makassar dan Penyebaran Informasi Akademik dan non-Akademik" dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak karena terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara penggunaan akun Instagram resmi kampus @ui_makassar dengan efektivitas penyebaran informasi kepada mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial khususnya Instagram berperan penting dalam

mendukung proses diseminasi informasi di lingkungan perguruan tinggi.

Hasil uji regresi linear sederhana membuktikan bahwa akun Instagram @ui_makassar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penyebaran informasi akademik dan non-akademik kepada mahasiswa Universitas Islam Makassar. Koefisien korelasi (R) sebesar 0.717 menunjukkan kekuatan hubungan yang tinggi, dan nilai signifikansi sebesar 0.000 (< 0.05) memperkuat bukti bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut sangat kuat secara statistik. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi intensitas dan kualitas penggunaan Instagram oleh kampus, maka semakin tinggi pula efektivitas informasi yang diterima oleh mahasiswa.

Penelitian ini juga menemukan bahwa mayoritas responden berasal dari kalangan generasi Z yang dikenal adaptif terhadap perkembangan teknologi dan memiliki keterikatan kuat terhadap penggunaan media sosial. Keaktifan mereka dalam mengakses dan mengikuti akun Instagram kampus mendukung efektivitas saluran ini sebagai media penyampaian informasi yang cepat, mudah diakses, dan sesuai dengan gaya komunikasi mahasiswa saat ini.

Namun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup responden yang hanya mencakup mahasiswa internal Universitas Islam Makassar, sehingga hasilnya lebih menekankan pada persepsi dan efektivitas penggunaan akun Instagram @ui_makassar dari sudut pandang internal kampus. Penelitian ini belum menjangkau pihak eksternal seperti calon mahasiswa, masyarakat umum, maupun *stakeholder* lainnya yang juga menjadi *audiens* potensial dari akun tersebut.

Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggali lebih dalam bagaimana akun Instagram @ui_makassar dipersepsikan oleh kalangan eksternal. Hal ini penting untuk mengetahui sejauh mana akun tersebut dinilai bermanfaat, menarik, dan berkontribusi dalam membentuk citra institusi di mata publik. Dengan memperluas cakupan responden dan pendekatan analisis, penelitian lanjutan diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif terhadap fungsi strategis media sosial institusi pendidikan tinggi.

4. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian penelitian ini. Terutama kepada para responden, bapak/ibu dosen di fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Islam Makassar, serta berbagai pihak yang telah memberikan dukungan baik secara moral, tenaga, maupun materi.

Daftar Pustaka

- Basuki, A. T. (2018). Regresi Logistik Biner. *Jurnal Pendidikan MIPA*, 7(2), 9. <https://ekonometrikblog.files.wordpress.com/2017/02/regresi-logistik-biner.pdf>
- Berlianti, D. F., Abid, A. Al, & Ruby, A. C. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah untuk Analisis Data. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 1861-1864.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif* (T. S. Tambunan (ed.); Issue June). PENERBIT MEDIA SAINS INDONESIA.
- Islami, I. P. (2021). Pengaruh Electronic Commerce (E-commerce) Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Bekasi Utara. *Repository STIE Indonesia*, 4, 8. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/5842%0>
- Ahttp://repository.stei.ac.id/5842/10/BAB II .pdf
- Isnaini, M., Sofwan, M., & Habibi, A. (2023). Pendekatan Uses And Gratification Theory pada Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Sekolah Dasar. *Journal on Education*, 05(04), 13647-13655.
- Julyanti, D. (2021). Pengaruh Daya Tarik Pesan Instagram @driveinsenja terhadap Pengambilan Keputusan Menonton. *Digilib UIN Surabaya*, 15(2), 6-18.
- Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92-104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Datareportal.<https://datareportal.com/report/s/digital-2024-indonesia>
- Luthfi, M., & Mubarak, M. T. (2023). *Efektivitas Instagram Sebagai Media Informasi Pondok Modern Darul Hijrah Putra Martapura*.
- Mailin, Rambe, G., Ar-Ridho, A., & Candra. (2015). *Teori Media/Teori Difusi Inovasi*. 6.
- Malacopo, M. S., & Andriansyah, A. (2023). Pengaruh Konten Viral Avoskin Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif Bagi Pengguna Tiktok Di Kota Makassar. *Journal of Communication Sciences (JCoS)*, 5(1), 42-53. <https://doi.org/10.55638/jcos.v5i1.379>
- Munandar, D. I. (2022). *Efektivitas Penggunaan Akun Instagram @Hasanuddin_univ Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Univeristas Hasanuddin*. 9, 356-363.
- Pratiwi, M. R., Indrayani, H., & Amalia, S. (2020). Optimasi Pola Pengasuhan Digital dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 76. <https://doi.org/10.33021/exp.v3i1.1012>
- Rachma, E. A., Eryadini, N., & Youhanita, E. (2022). Analisis Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Mendukung Pembelajaran Kolaboratif di UNIPA Kampus Lamongan. *JKIP: Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan*, 3(1), 76-82.
- Rahma, F. (2021). *Teori Used and Gratification: Konsep dan Lima Asumsi Dasar*. Gramedia

Blog.<https://www.gramedia.com/literasi/teori-usedandgratification/?srsltid=AfmBOooofx7a89J5S01vx1sa8KgrCehD1aGU9u0MY3Xln-gb8RfcWdB0>

Roflin, E., & Zulvia, F. E. (2021). *Kupas Tuntas Analisis Korelasi*. Penerbit NEM. <https://books.google.co.id/books?id=SAc7EAAAQBAJ>

Sahid, M. (2023). Penggunaan Media Sosial Dalam Peningkatan Pendaftar Mahasiswa Baru. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(8), 7417-7428.

Sihombing, P. S. H. (2020). Analisis Efektivitas Penyebaran Informasi Pendidikan di Universitas Internasional Batam Melalui Media Sosial. *Journal of Information System and Technology*, 04(04), 19-33. <https://journal.uib.ac.id/index.php/joint/article/view/1281>

Syaputra, A. (2022). Implementasi Metode Random Sampling Pada Animasi Motion Grapich Herbisida Dan Fungisida. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 11(2), 142-147. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v11i2.1370>

Yusuf, R. I., & Hamdi, A. (2021). Efek Interaksi Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan Kesehatan Reproduksi terhadap Perilaku Seksual Beresiko Remaja The Interaction Effect of Social Media Use and Reproductive Health Knowledge on Adolescent Sexual Risky Sexual Behavior. *Jurnal_Pekommas*, 2(3), 35-46. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2021.2060304>