



## **Akun Instagram @Ilmu\_Komunikasi\_Unh sebagai Media Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nurdin Hamzah Jambi**

**Rijal Arif<sup>1\*</sup>, Yusnaini<sup>2</sup>, Noor Khalidah<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nurdin Hamzah Jambi

<sup>2</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nurdin Hamzah Jambi

<sup>3</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nurdin Hamzah Jambi

\*yusnaini.oke@gmail.com

### **Article History;**

**Submitted:** 2023-10-30

**Revised :** 2023-11-21

**Accepted :** 2023-11-27

**Abstrak:** Perkembangan teknologi sebagai media informasi salah satunya penggunaan media sosial seperti instagram. Penaiinggunaan instagram pada akun @ilmu\_komunikasi\_Unh sebagai media informasi mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Nurdin Hamzah. Penelitian ini menggunakan teori *new media* yang digagas oleh Suparno (2016). Dalam teorinya, Suparno membedakan karakteristik *new media* ke dalam 5 (lima) kualifikasi, antara yaitu, *Packet-Switching*, *Multimedia*, *Interactivity*, *Synchronity*, *Hypertextuality*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, interview, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Akun *Instagram* @ilmu\_komunikasi\_unh sebagai media informasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nurdin Hamzah Jambi yakni sebagai sumber informasi utama mahasiswa Ilmu Komunikasi, dimanfaatkan untuk mempromosikan keberagaman dan kehidupan kampus, serta merupakan media informasi yang variatif yang mengandung komponen dalam karakteristik *new media* berupa *multimedia* (pemanfaatan fitur *feed*, *story*, dan *highlight* Instagram), *hypertextuality* (pemanfaatan fitur tagar, *mention*, dan *link* PMB), *interactivity* (pemanfaatan fitur komentar, suka, dan *direct message*), *synchronity* (pemanfaatan fitur *live*), dan *packet switching* (pemanfaatan fitur *share* pada pengguna lain). Sedangkan hambatan yang ditemui adalah keterbatasan jumlah pengelola akun, informasi yang terbatas, serta unggahan yang monoton.

**Kata Kunci:** Instagram; Media Informasi; Universitas Nurdin Hamzah; Ilmu Komunikasi; *New Media*.

**Abstract:** The development of technologi as an information medium, one of which is the use of social media such as Instagram. Use of Instagram on the @ilmu\_komunikasi\_Unh account as an information medium for Communication Science student at Nurdin Hamzah University. This research uses the new media theory initiated by Suparno (2016). In his theory, Suparno differentiates the characteristics of new media into 5 (five) qualifications, namely, *Packet-Switching*, *Multimedia*, *Interactivity*, *Synchronity*, *Hypertextuality*. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques using observation, interviews and documentation. The results showed that the Instagram account @ilmu\_komunikasi\_unh as an information medium for students of Communication Studies at Nurdin Hamzah University Jambi, namely as the main source of information for Communication Science students, is used to promote diversity and campus life, and is a varied information medium that contains components in the characteristics of new media in the form of multimedia (utilizing Instagram feed, story, and highlight features), hypertextuality (utilizing hashtag, mention, and PMB link features), interactivity (utilizing comment, like, and direct message features), synchronity (utilizing live features), and packet switching (utilizing share feature on other users). While the obstacles encountered are the limited number of account managers, limited information, and monotonous uploads.

**Keyword:** Instagram; Media; Universitynurdi Hamzah; Communication Studies; *New Media*.

## PENDAHULUAN

Teknologi komunikasi semakin berkembang pesat dan mempengaruhi cara manusia dalam menyampaikan informasi. Kapan dan di mana pun, manusia yang terhubung dengan perangkat teknologi dapat membangun hubungan dan menyebarkan informasi kepada orang lain. Perkembangan teknologi informasi di Indonesia pun ikut berubah terutama media dengan jaringan internet yakni media sosial, salah satunya Instagram. Saat ini Instagram dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang salah satunya bidang pendidikan. Dunia pendidikan telah banyak menggunakan Instagram sebagai media untuk menyebarkan berbagai informasi. Salah satu Lembaga Pendidikan yang memanfaatkan Instagram sebagai media informasi adalah Universitas Nurdin Hamzah (UNH) Jambi. UNH memiliki 5 (lima) program studi, yakni Ilmu Komunikasi, Ilmu Pemerintahan, Sistem Informasi, Teknik Informatika, dan Teknologi Informasi. Terdapat tiga program studi yang memiliki laman Instagram, yakni Ilmu Komunikasi, Ilmu Pemerintahan, dan Sistem Informasi.

Berikut tabel akun Instagram ketiga program studi tersebut:

**Tabel 1.1**  
**Identitas Akun Program Studi UNH Jambi**

Prodi	Akun Instagram	Jumlah Follower	Jumlah Following	Awal Pembuatan Akun
Ilmu Komunikasi	ilmu_Komunikasi_unh	1.048	1.850	29 Desember 2021
Ilmu Pemerintahan	ilmupemerintahan_unh	938	4.670	22 Juli 2021
Sistem Informasi	unh.sistem_informasi	425	600	24 Desember 2021
Informatika	Informatika.unh	627	616	22 Juni 2020

Berdasarkan data pada tabel 1 diketahui bahwa program studi Ilmu Komunikasi dengan akun Instagram @ilmu\_komunikasi\_unh memimpin jumlah pengikut paling banyak, yakni 1.048 followers dan masih akan terus mengalami peningkatan pada masa mendatang. Akun *Instagram* @ilmu\_komunikasi\_unh pertama kali mengunggah pada akhir tahun 2021 tepatnya pada tanggal 29 Desember 2021. Unggahan pada akun *Instagram* @ilmu\_komunikasi\_unh berisikan berbagai pembaruan kegiatan. Kegiatan tersebut berisikan tentang unggahan informasi mengenai berbagai kegiatan yang dijalankan oleh mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Universitas Nurdin Hamzah seperti informasi mengenai kuliah umum, penerimaan mahasiswa baru, kegiatan podcast dan kunjungan ke stasiun TV lokal, peringatan hari-hari besar, hingga informasi mengenai kampus maupun dosen yang mengajar di kampus tersebut.

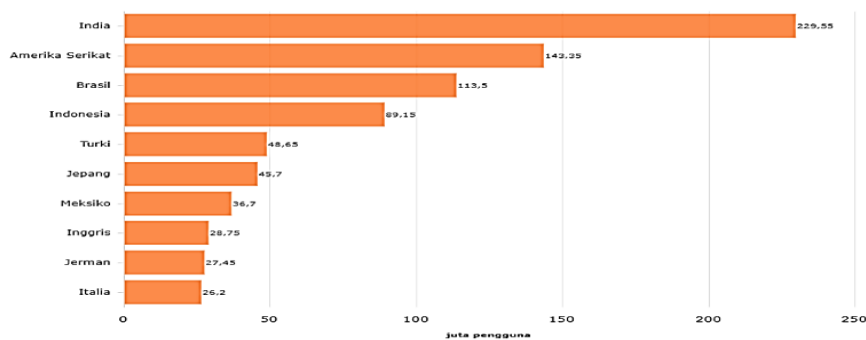
Salah satu kegunaan dari berbagai kegunaan media sosial yang akan peneliti bahas disini yaitu media sosial sebagai media informasi. Jika dulu media informasi hanya sebatas pada cetak dan elektronik, sekarang media informasi sudah merambah dunia internet. Adanya media internet menjadikan banyak pilihan seseorang untuk mengakses informasi. Melihat kemudahan tersebarnya informasi di dalam *new media* membuat masyarakat mulai beralih dari media konvensional ke *new media*, yang dalam hal ini adalah media sosial, yang tidak hanya sebagai media hiburan tapi juga sebagai wadah menyampaikan informasi yang praktis dan mudah untuk diaplikasikan (Avriani, 2020:130).

Instagram merupakan salah satu media sosial yang dapat digunakan sebagai media komunikasi yang berbasis foto dan video. Media sosial Instagram juga dapat digunakan sebagai media informasi. Instagram adalah media sosial kedua yang sering digunakan menurut survey Asosiasi Penyelenggara

Jasa Internet Indonesia (APJII, 2023). Hal ini berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2019) yang menjelaskan bahwa sebanyak 90,91% mahasiswa menggunakan Instagram sebagai media sosial yang sering digunakan.

Peningkatan pengguna Instagram di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Berdasarkan data yang diperoleh dari *We are Social*, Instagram merupakan media sosial ke-2 yang paling banyak digunakan di Indonesia setelah WhatsApp, yakni sebesar 86,5% per Januari 2023. Persentase ini didasarkan pada survey yang dilakukan pada pengguna media sosial pada rentang usia 16 sampai 64 tahun. Indonesia juga didaulat menjadi negara dengan pengguna Instagram terbanyak di kawasan Asia-Pasifik. Maka tak heran jika di kancah internasional Indonesia merupakan salah satu pengguna Instagram terbesar di dunia dengan 89,15 juta pengguna aktifnya. (We are Social, 2023).

Berikut data laporan *We are Social* dan *Hootsuite* mengenai pengguna Instagram di Dunia.



Gambar 1. Diagram Jumlah Pengguna Instagram Dunia

Sumber: We Are Social, Hootsuite, Mei 2023 di akses dari Katadata.co.id

Berdasarkan data dalam grafik di atas, Indonesia menempati peringkat ke 4 dunia sebagai negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak dunia, yakni 89,15 juta pengguna. Banyak pengguna aktif di Indonesia menggunakan fitur *Instagram*, baik untuk menunjukkan keberadaan mereka di media sosial, maupun untuk menyampaikan informasi. Oleh karena itu, Instagram saat ini menjadi salah satu media sosial yang sangat populer di kalangan masyarakat. Instagram memiliki fitur-fitur menarik, seperti foto, video, dan Instagram Story dengan berbagai efek animasi yang tersedia di dalamnya. Beberapa fitur menarik yang tersedia di Instagram memudahkan pengguna untuk berbagi aktivitas sehari-hari dengan pengguna lain, atau membagikan berita. Kemudahan penggunaan aplikasi Instagram membuat pengguna memanfaatkannya sebagai sumber informasi untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Seiring dengan mudahnya informasi yang didapatkan dari media sosial Instagram berbanding lurus pula dengan berbagai dampak buruk yang ditimbulkan. Kebenaran informasi dalam media sosial sangat sulit diukur, karena banyak informasi yang ada dalam media sosial berisikan pendapat atau asumsi pribadi yang subjektif atau bermuatan emosional individu yang dapat menggiring opini publik. Cepatnya penyebaran berita melalui media Instagram membuat penggunanya sulit memastikan kebenaran berita yang beredar. Tidak jarang informasi dalam media sosial terkadang berisi hoax, fitnah, desas desus, kabar bohong, ujaran kebencian, aib dan kejelekan seseorang.

Akun Instagram @Ilmu\_Komunikasi\_Unh sebagai Media Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Informasi pribadi yang diunggah ke publik, dan hal-hal lain sejenis sebagai sarana memperoleh simpati, like, komentar, lahan pekerjaan, sarana provokasi, dan sarana mencari keuntungan politik serta ekonomi dapat menimbulkan gesekan di tengah masyarakat. (Rohmiyati, 2018:30)

## **METODE**

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar (Sugiyono, 2019). Penelitian ini mengambil lokasi di Program studi Ilmu Komunikasi Universitas Nurdin Hamzah. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2023 sampai Juli 2023. Jenis data penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Saat proses wawancara, pewawancara menyiapkan tema dan rangkaian pertanyaan terlebih dahulu. Dalam penelitian ini, peneliti menyiapkan beberapa daftar wawancara untuk ditanyakan kepada para informan. Penentuan informan dilakukan dengan *snowball sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Teknik analisis data yang digunakan adalah Reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Validasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber sebagai teknik validitas data yang diambil peneliti dari sumber data seperti dokumen, observasi, dan hasil wawancara dengan sudut pandang yang berbeda.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berbagai fitur dari media sosial Instagram telah dimanfaatkan oleh akun *Instagram* @ilmu\_komunikasi\_unh sebagai media informasi. Berdasarkan hasil penelitian melalui observasi pada akun @ilmu\_komunikasi\_unh, ditemukan beberapa fitur yang dimanfaatkan antara lain fitur unggah foto dan video sebagai fitur utama penyebaran informasi; fitur follow untuk mengikuti dan diikuti berbagai akun; fitur Like untuk menyukai unggahan pada akun @ilmu\_komunikasi\_unh; membuka kolom komentar dan *direct message*; fitur hastag (#) untuk mengelompokkan informasi unggahan; fitur arobba (@) untuk menandai pengguna lain; *Instagram story* untuk mengunggah foto dan video dalam 24 jam; fitur *highlights* untuk menyimpan *Instagram stories* lebih lama; fitur Live instagram atau siaran langsung; hingga fitur geotagging untuk memasukkan lokasi unggahan.

1. Akun *Instagram* @ilmu\_komunikasi\_unh sebagai Media Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nurdin Hamzah Jambi

Berdasarkan hasil penelitian, akun *Instagram* @ilmu\_komunikasi\_unh sebagai media informasi dikelompokkan menjadi 3 (tiga), sebagai berikut:

a) Sumber Informasi Utama

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa Instagram telah digunakan oleh para informan sejak tahun 2013 hingga tahun 2014. Alasan penggunaan *Instagram* dikarenakan mengikuti tren, mengisi waktu luang, menyukai fitur-fitur yang tersedia di *Instagram*, mengunggah foto dan video serta mencari informasi

b) Mempromosikan Keberagaman dan Kehidupan Kampus

Dari keterangan di atas, diketahui bahwa akun @Ilmu\_Komunikasi\_Unh digunakan sebagai media informasi yang difungsikan untuk memperkenalkan sekaligus mempromosikan kampus dan Prodi Ilmu Komunikasi.

c) Media Informasi yang Variatif

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, didapat kesimpulan bahwa akun Instagram @Ilmu\_Komunikasi\_Unh memanfaatkan fitur yang tersedia di Instagram untuk memuat unggahan pada laman akunnya. Penggunaan foto ditambah lagu, video, serta memanfaatkan tren yang sedang berkembang merupakan cara yang tepat untuk menarik perhatian para followers.

2. Hambatan pada Akun @Ilmu\_Komunikasi\_Unh sebagai Media Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nurdin Hamzah Jambi

a) Keterbatasan Jumlah Pengelola Akun

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa kendala yang dihadapi dalam pengelolaan akun @ilmu\_komunikasi\_unh sebagai sumber informasi adalah jumlah pengelola yang hanya satu orang sehingga terkadang kesulitan mengembangkan ide dan waktu untuk membuat konten-konten yang menarik.

b) Informasi Terbatas

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa kendala keterbatasan informasi pada akun @ilmu\_komunikasi\_unh berupa terbatasnya informasi mengenai beasiswa dan program yang diadakan kampus, informasi kalender Pendidikan, serta ilmu pengetahuan yang dipelajari di Program Studi Ilmu Komunikasi.

c) Unggahan yang Monoton

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa hambatan yang menjadi kendala pada akun @ilmu\_komunikasi\_unh adalah unggahan yang monoton pada *story Instagram*, tidak adanya selingan unggahan pengetahuan umum, serta desain yang kurang bervariasi.

d) Frekuensi Siaran Langsung Rendah

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @ilmu\_komunikasi\_unh sangat jarang melakukan siaran langsung. Hal ini disebabkan karena terkendala waktu dan pengelola atau sumber daya manusia yang mengelola akun @ilmu\_komunikasi\_unh.

e) Wifi tidak Lancar

Dari hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa akses WiFi di Universitas Nurdin Hamzah yang lamban sudah dirasakan oleh mahasiswa dan pengelola akun Instagram @ilmu\_komunikasi\_unh. Mahasiswa yang ingin memanfaatkan jaringan WiFi di kampus sering menemui masalah seperti jaringan yang lambat dan sulit akses saat jam perkuliahan sedang aktif. Hal ini tentu menjadi kendala dalam kegiatan akses internet di Universitas Nurdin Hamzah Kota Jambi.

f) Tempat Mengakses Internet Terbatas

Berdasarkan wawancara, dapat disimpulkan bahwa penyediaan tempat untuk mengakses internet menjadi kebutuhan bagi mahasiswa. Saat ini, banyak mahasiswa lebih suka menggunakan internet untuk memenuhi tugas mereka dari pada dengan menggunakan buku sebagai sumber pemenuhnya. Hal ini disebabkan bahwa adanya internet memberikan suatu fasilitas layanan yang murah dan mudah sehingga mahasiswa tidak perlu membaca hal-hal yang tidak ia butuhkan. Hal ini dapat memberikan kenyamanan bagi mahasiswa karena melihat kondisi mahasiswa yang disibukkan oleh banyak tugas kampus yang harus diselesaikan sehingga dengan adanya tempat dengan akses

Akun Instagram @Ilmu\_Komunikasi\_Unh sebagai Media Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi

internet ini mahasiswa bisa mengerjakan tugas-tugas mereka dengan cepat tanpa harus membuang waktu lama.

## Pembahasan

### 1. Akun *Instagram* @ilmu\_komunikasi\_unh sebagai Media Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nurdin Hamzah Jambi

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa akun Instagram @ilmu\_komunikasi\_unh sebagai media informasi memiliki manfaat sebagai sumber utama informasi, untuk mempromosikan keberagaman dan kehidupan kampus, dan media informasi yang variatif.

#### a) Sumber Informasi Utama

Berdasarkan hasil penelitian, akun Instagram @Ilmu\_Komunikasi\_Unh dimanfaatkan sebagai media informasi yang dijadikan sebagai sumber informasi utama. Informan sepakat menyatakan bahwa alasan mengikuti akun @Ilmu\_Komunikasi\_Unh sebagai sumber informasi mengenai Program Studi Ilmu Komunikasi. Bentuk-bentuk informasi yang diakses di akun Instagram @Ilmu\_Komunikasi\_Unh seperti informasi penerimaan siswa baru, kuliah umum dan seminar.

#### b) Mempromosikan Keberagaman dan Kehidupan Kampus

Berdasarkan hasil penelitian, akun Instagram @Ilmu\_Komunikasi\_Unh turut dimanfaatkan sebagai wadah promosi digital. Promosi yang dilakukan yakni berupa promosi kampus Universitas Nurdin Hamzah Jambi dan Prodi Ilmu Komunikasi, hingga berbagai kegiatan yang dilakukan dalam kehidupan kampus. Dari hasil observasi pada akun Instagram @Ilmu\_Komunikasi\_Unh, didapatkan temuan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan yaitu mempromosikan kampus Universitas Nurdin Hamzah, Program Studi Ilmu Komunikasi dan prospek karirnya, unggahan mengenai kehidupan kampus seperti vlog, podcast, mahasiswa dan dosen berprestasi, hingga kegiatan perkuliahan.

#### c) Media Informasi yang Variatif

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa akun @Ilmu\_Komunikasi\_Unh sangat jarang melakukan siaran langsung. Siaran langsung hanya dilakukan pada event tertentu saja. Berdasarkan pengakuan dari informan followers akun @Ilmu\_Komunikasi\_Unh, Ketika diketahui akun tersebut melakukan siaran langsung maka mereka akan bergabung pada siaran tersebut. Tujuan yang paling mendasar ialah untuk mencari tau event apa yang sedang terjadi.

Berdasarkan hasil penelitian, informasi yang diunggah pada akun *Instagram* @Ilmu\_Komunikasi\_Unh dapat dengan mudah dibagikan oleh pengguna *Instagram* karena adanya fitur pesawat ini. Fitur ini berbentuk pesawat yang mana apabila di klik, akan memberikan akses untuk membagikan kepada sesama pengguna Instagram hingga dapat dibagikan ke berbagai aplikasi lain diluar platform *Instagram*. Informan followers akun @Ilmu\_Komunikasi\_Unh menyatakan pernah menggunakan fitur ini untuk membagikan informasi seperti kuliah umum dan seminar kepada pengguna Instagram lain melalui *direct message* dan *whatsapp*.

### 2. Hambatan pada Akun @Ilmu\_Komunikasi\_Unh sebagai Media Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nurdin Hamzah Jambi

#### a) Keterbatasan Jumlah Pengelola Akun

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan fakta bahwa akun Instagram @Ilmu\_Komunikasi\_Unh dikelola oleh satu orang admin. Hal ini menyebabkan terbatasnya ide dalam mengembangkan konten pada akun Instagram @Ilmu\_Komunikasi\_Unh. Selain itu, untuk membuat konten yang beranekaragam dengan desain dan isi yang menarik, diperlukan waktu yang tidak

Akun Instagram @Ilmu\_Komunikasi\_Unh sebagai Media Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi

sebentar. Namun, dari awal dibentuknya akun Instagram @Ilmu\_Komunikasi\_Unh, hanya terdapat satu orang mahasiswa yang diangkat dan ditunjuk menjadi admin dan pengelola akun tersebut. Hal ini menyebabkan keterbatasan ide dan waktu dalam mengembangkan konten untuk diunggah.

b) Informasi yang terbatas

Berdasarkan hasil penelitian, kendala keterbatasan informasi pada akun @ilmu\_komunikasi\_unh berupa terbatasnya informasi mengenai beasiswa dan program yang diadakan kampus, informasi kalender pendidikan, serta ilmu pengetahuan yang dipelajari di Program Studi Ilmu Komunikasi. Hasil wawancara dengan informan penelitian yang mana merupakan follower akun @ilmu\_komunikasi\_unh didapatkan fakta bahwa informasi yang relevan dengan dunia perkuliahan tidak lebih sering diunggah di akun tersebut. Terlebih informasi yang berkaitan langsung dengan dunia perkuliahan mahasiswa. Mahasiswa mengharapkan adanya bantuan informasi yang diunggah di akun @ilmu\_komunikasi\_unh untuk meluruskan informasi yang simpang siur.

c) Unggahan yang Monoton

Dari hasil wawancara penelitian, didapatkan pernyataan bahwa unggahan pada akun Instagram @Ilmu\_Komunikasi\_Unh dikatakan cenderung monoton. Konten pada *story* yang diunggah oleh akun tersebut cenderung tidak ada pembaruan. Salah satu informan menyebutkan contoh bahwa pada masa penerimaan mahasiswa baru (PMB), unggahan *Instagram story* akun @Ilmu\_Komunikasi\_Unh akan berisi tentang informasi PMB dengan gambar yang sama selama berulang-ulang tanpa ada variasi unggahan. Selain itu, informan lain mengungkapkan jika terkadang unggahan yang diunggah oleh akun @Ilmu\_Komunikasi\_Unh hanya merepost unggahan lama. Di samping itu, unggahan yang tidak terkonsep dan pada umumnya menekankan pada kegiatan seputar mahasiswa juga menjadikan konten akun @Ilmu\_Komunikasi\_Unh menjadi monoton. Sehingga, diperlukan adanya pembaruan konsep sebagai selingan seperti video kreatif untuk menarik minat calon mahasiswa baru, memasukkan lelucon atau meme, serta lebih menggunakan desain yang variatif.

d) Frekuensi Siaran Langsung Rendah

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa akun Instagram @Ilmu\_Komunikasi\_Unh sangat jarang melakukan siaran langsung. Kegiatan siaran langsung yang pernah dilakukan hanya pada awal akun @Ilmu\_Komunikasi\_Unh dibuat dan di acara-acara tertentu. Kurangnya interaksi melalui fitur siaran langsung sangat disayangkan karena dapat membuang kesempatan untuk membangun hubungan keterlibatan pengguna atau antara pemilik akun dan pengikutnya.

e) Wifi tidak Lancar

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan, WiFi yang tersedia di Universitas Nurdin Hamzah Jambi tidak berjalan dengan lancar. WiFi sering mengalami kendala saat digunakan seperti jaringan yang lamban dan bahkan terkadang tidak dapat digunakan. Hal ini tentu menjadi hambatan dalam akses internet yang menyebabkan berbagai kegiatan yang melibatkan akses internet menjadi terkendala. Sebagai contoh, salah satu kegiatan yang dapat terhambat sebagai akibat dari jaringan WiFi yang lamban adalah dapat terhambatnya akses internet untuk penyebaran informasi serta kegiatan webinar yang dilakukan di kampus.

f) Tempat Mengakses Internet Terbatas

Salah satu persoalan sarana dan prasarana yang sering dihadapi mahasiswa di perguruan tinggi adalah ketersediaan tempat yang menyediakan akses internet dimana selain keterbatasan akses jaringan internet yang diberikan pihak kampus, tempat bagi mahasiswa untuk mengakses internet juga terbatas. Keterbatasan tempat di Universitas Nurdin Hamzah Jambi sebagai tempat untuk bersantai

Akun Instagram @Ilmu\_Komunikasi\_Unh sebagai Media Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi

sembari mengerjakan berbagai tugas dengan akses internet yang lancar sangatlah terbatas. Penyediaan tempat dengan akses internet diluar kelas sangat penting dan diperlukan. Penyediaan tempat tersebut dapat dimanfaatkan mahasiswa dan tenaga pengajar untuk membangun ruang diskusi dan menciptakan hal-hal produktif lainnya.

g) Kurangnya Interaksi Akun *Instagram* @ilmu\_komunikasi\_unh dengan followersnya

Berdasarkan hasil observasi, interaksi yang terjadi antara akun *Instagram* @ilmu\_komunikasi\_unh dengan followersnya lewat kolom komentar sangat sedikit. Sejalan dengan temuan tersebut, dari hasil wawancara menunjukkan bahwa interaksi melalui *direct message* juga sangat sedikit. Padahal interaksi sangat dibutuhkan untuk mendapatkan reaksi dan umpan balik atas unggahan dalam akun tersebut. Umpan balik yang berisikan hal-hal positif, kritisasi, maupun negative yang membangun, dapat dijadikan sebagai acuan demi berkembangnya akun @ilmu\_komunikasi\_unh di masa mendatang.

## KESIMPULAN

Akun *Instagram* @ilmu\_komunikasi\_unh sebagai media informasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nurdin Hamzah Jambi yakni sebagai sumber informasi utama mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam mendapatkan informasi mengenai penerimaan mahasiswa baru (PMB), dimanfaatkan untuk mempromosikan keberagaman dan kehidupan kampus melalui pemanfaatan fitur *Instagram* seperti foto dan ragam video, serta merupakan media informasi yang variatif yang mengandung komponen dalam karakteristik *new media* berupa *multimedia* (pemanfaatan fitur *feed*, *story*, dan *highlight* Instagram), *hypertextuality* (pemanfaatan fitur tagar, *mention*, dan *link* PMB), *interactivity* (pemanfaatan fitur komentar, suka, dan *direct message*), *synchronity* (pemanfaatan fitur *live*), dan *packet switching* (pemanfaatan fitur *share* pada pengguna lain).

Hambatan Akun *Instagram* @ilmu\_komunikasi\_unh sebagai media informasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nurdin Hamzah Jambi antara lain keterbatasan jumlah pengelola akun, informasi yang terbatas, unggahan yang monoton, frekuensi siaran langsung yang rendah, jaringan WiFi yang tidak lancar, keterbatasan tempat mengakses internet di Universitas Nurdin Hamzah Jambi, serta kurangnya interaksi akun Instagram @ilmu\_komunikasi\_unh dengan followersnya.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Nurdin Hamzah yang telah memfasilitasi peneliti dalam melakukan penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L. (2018). Live Video Streaming Sebagai Bentuk Perkembangan Fitur Media Sosial. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(1), 17-23.
- Anisa, R. dan Rachmaniar. 2019. Media Informasi dan Komunikasi Pemerintahan Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Lontar*. Vol. 7(1).
- Anthony, A. (2019). Pengaruh Lokasi, Fasilitas Wif dan Perpustakaan Kampus terhadap Kepuasan Mahasiswa di Kampus 1 (satu) Universitas Kristen Krida Wacana (UKRIDA). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*. 4(3).



- APJII (2023). Survei APJII pengguna internet di Indonesia tembus 215 juta orang. Diakses tanggal 1 Juni 2023. Link <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Astuti, D., & Istiyanto, B. (2019). Peran Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Karyawan Bank Btpn Bumiayu. *Jurnal Jurnalisa*, 5(2).
- Aviarni, M.A., dan R. Supiyah. 2020. Dampak Penggunaan Media Sosial Dalam Interaksi Sosial Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo). *Jurnal Masyarakat Pesisir dan Perdesaan*. Vol. 2 No. 2.
- Ayutiani, D.N., dan B.P.S. Putri. 2018. Penggunaan Akun Instagram sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *Profesi Humas*. Vo.3 No.1: 39-59.
- Azzahra, S. D., & Rusmana, A. (2023). Perspektif pengguna pada penyebaran informasi 18ahasa1818m mental melalui akun Instagram@ ibunda. Id. *Informatio: Journal of Library and Information Science*, 3(1), 33-46.
- Budiman, I. 2020. Peran Media Sosial Instagram Dalam Pencegahan Covid-19 Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol.2 No.1: 1-15.
- Cecariyani, S. A., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten prank Yudist Ardhana). *Prologia*, 2(2), 495-502.
- Coastes K. dan Ellison, A. 2014. *An Introduction to Information Design*. China: Laurence King Publishing.
- Darmawan, T., & Suhartini, T. (2021). Peran Fitur LiveInstagram Sebagai Media Transaksi Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen. *Medkom: Media and Communication Journal*, 2(01), 54-65.
- Hanik, U. 2019. *Interaksi Sosial Masyarakat Plural Agama*. Yogyakarta: Penerbit Kutub.
- HAQ, A. A. (2022). *Manajemen Konten Media Sosial Instagram Pada Akun Unofficial Kampus@ Hitz. Umy Dan@ Uiistory* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
- Herlina, N. 2017. Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar\_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat. *Jurnal JOM Fisip*. Vol.4 No.2: 1-12.
- Karyaningsih, P.D. 2018. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI)
- Kominfo. KIC, *Indonesia Digital Report 2022*. (2022). Retrieved from Andi.Link: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/30/media-sosial-sumber-informasi-utama-masyarakat-indonesia>
- Kuswanti, A., & Oktarina, S. (2019). Pemanfaatan media informasi di era digital bagi kemandirian ibu rumah tangga. *Suluh Pembangunan: Journal of Extention and Development*, 1(1), 47-55.
- Latip, A., Suparman, dan Nadiroh. 2021. *Difusi Inovasi Pembelajaran*. Jakarta: UNJ Press.
- Listianingrum, R., A.F. Poerana, dan W.A. Arindawati. 2021. Strategi Komunikasi Melalui Media Instagram Dalam Memberikan Informasi Kepada Mahasiswa. *Jurnal Pustaka Komunikasi*. Vol4 No.1: 11-23.
- Maharani, V. E., & Djuwita, A. (2020). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi Pemerintah Kota Semarang. *eProceedings of Management*, 7(2).
- Malik, R., Kusumadinata, A. A., & Hasbiyah, D. (2023). Keragaman Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi. *KARIMAH TAUHID*, 2(1), 26-35.
- Moleong, L.J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif Cetakan ke-36*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Mukarom, Z. 2020. *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung: Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Nafarin, M. I. (2022). *Analisis Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Mahasiswa Kecamatan Candi Laras Selatan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Ningsih, S., Yuliani, F., & Ayuh, E. T. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun@ Mahasiswaakhir. Id Sebagai Media Literasi Informasi Mahasiswa. *JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration Silampari*, 4(1), 11-16.
- Nirwana, D. & Khuntari, D. (2021). Penggunaan Instagram sebagai media Komunikasi Pemasaran Online pada @celyne.official. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 5(2), 36-48.

- Novita, D., & Yuliani, N. (2021). Pemanfaatan Instagram Di Dalam Mengelola Bisnis Online Bagi UMKM. In *Forum Ilmiah* (Vol. 18, No. 1, pp. 55-63).
- Ramli, M. 2012. *Media Teknologi Pembelajaran*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Rohmiyati, Y. (2018). Analisis penyebaran informasi pada sosial media. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 2(1), 29-42
- Sari, D.N., dan A. Basir. 2020. Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting. *PERSEPSI: Communication Journal*. Vol.3 No.1: 23-36.
- Sari, M.P. 2017. Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau. *Jurnal JOM Fisip*. Vol.4 No.2: 1-13.
- Situmeang, I, V. 2020. *Media Konvensional dan Media Online*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Subiyanto, L. A., & Valiant, V. (2022). Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Media Promosi Penjualan di Masa Pandemi Covid-19. *Ikon—Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(3), 286-302.
- Sugiana, D., dkk. 2019. *Komunikasi Dalam Media Digital*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif, dan konstruktif)*. Bandung: Alfabeta.
- Suparno, B.A., W. Muktiyo, dan RR. Susilastuti DN. 2016. *Media Komunikasi: Representasi Budaya dan Kekuasaan*. Jawa Tengah: UNS Press.
- Suri, D. (2019). Pemanfaatan Media Komunikasi dan Informasi dalam Perwujudan Pembangunan Nasional. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(2), 177-187.
- We Are Social, Hootsuite, Indonesia Digital Report 2022*. (2022). Retrieved from Andi.Link: <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/12/08/ada-berapa-pengguna-internet-dan-media-sosial-di-seluruh-dunia>
- Widya, A. R. (2021). Meningkatkan Keterlibatan Publik secara Online pada Era Open Government di Media Sosial (Studi Analisis Isi Akun Instagram Badan Pusat Statistik) (Increasing Online Public Engagement in The Era of Open Government on Social Media (Content Analysis of Statistics Indonesia's Instagram)). *Jurnal Iptekom (Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi)*, 23(2), 185-198.
- Yanuarita, I. dan Wiranto. 2018. *Mengenal Media Sosial Agar Tak Menyesal*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.