ARZUSIN
Jurnal Manajemen dan Pendidikan Dasar

e-ISSN : 2809-4093
p-ISSN : 2809-4484

Terindeks: Dimensions, Scilit, Lens, Semantic Scholar, Crossref, Garuda, Google Scholar, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/arzusin.v4i4.3511

PENGARUH PEMANFAATAN INSTAGRAM @INFOUNP TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MAHASISWA DEPARTEMEN ILMU INFORMASI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS NEGERI PADANG

The Influence of Utilizing the @InfoUNP Instagram Account on User Satisfaction Among Students in the Department of Library and Information Science at Padang State University

Marju Gopinda & Jeihan Nabila
Universitas Negeri Padang
Marju gopinda0103@gmail.com; jeihan@fbs.unp.ac.id

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Jul 20, 2024	Jul 23, 2024	Jul 26, 2024	Jul 29, 2024

Abstract

This study was conducted to determine the effect of Instagram @infounp utilization on user satisfaction of students of the Department of Information and Library Science, Faculty of Languages and Arts, Padang State University. This study consists of two variables, namely the Instagram utilization variable (X) with indicators of informative motives, educational motives, and entertainment motives and the user satisfaction variable (Y) with indicators of effectiveness, efficiency, and satisfaction. This research uses descriptive quantitative methods through questionnaires distributed to 100 respondents via Google Form. The population in this study were all Instagram followers @infounp. The data analysis technique used is the normality test and the 't' hypothesis test. Based on the results of the 't' test, it is known that the Instagram utilization variable (X) has an influence on user satisfaction (Y). This is based on the calculation that tcount 9.230> ttable 1.984. Then, the results also show that the utilization of Instagram

Arzusin is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

@infounp is categorized as good so that it gives satisfaction to student users who are in the very good category.

Keywords : Social Media; Instagram; User Satisfaction

Abstrak: Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan Instagram @infounp terhadap kepuasan pengguna mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel pemanfaatan Instagram (X) dengan indikator motif informatif, motif pendidikan, dan motif hiburan serta variabel kepuasan pengguna (Y) dengan indikator *effectiveness*, *eficiency*, dan *satisfaction*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif melalui kuesioner yang disebar kepada 100 responden melalui Google Form. Populasi dalam penelitian ini adalah semua *followers* Instagram @infounp. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji normalitas dan uji hipotesis 't'. Berdasarkan hasil uji 't' diketahui bahwa variabel pemanfaatan Instagram (X) memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengguna (Y). Hal ini berdasarkan perhitungan bahwa thitung 9,230 > ttabel 1,984. Kemudian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram @infounp dikategorikan baik sehingga memberi kepuasan kepada pengguna mahasiswa yang ada pada kategori sangat baik.

Kata Kunci : Media Sosial; Instagram; Kepuasan Pengguna

PENDAHULUAN

Media sosial ialah sebuah tempat atau perangkat digital yang menyediakan berbagai keleluasaan untuk melakukan kegiatan bersosialisasi, seperti bertukar ide dan informasi satu sama lain secara *online* dalam bentuk teks, audio, gambar, foto dan video melalui jaringan dan komunikasi *virtual*. Pada saat ini banyak media sosial yang hadir di tengah pengguna, seperti instagram, facebook, twitter, tiktok dan lain sebagainya. Di antara banyak media sosial yang ada, instagram menjadi yang paling dominan digunakan oleh penggunanya di seluruh dunia dengan total unduhan lebih dari 5 miliar di *play store*.

Instagram diartikan sebagai media alternatif yang digunakan dalam berbagi informasi dengan penggunanya. Instagram merupakan sebuah media sosial yang berguna untuk menggali sebuah informasi, selain itu instagram juga mengajak penggunanya untuk ikut berpartisipasi dalam menciptakan, mengomentari, dan menyebarluaskan berbagai informasi dalam bentuk konten berupa tulisan, gambar, foto dan video. Saat ini, sosial media instagram tidak berlaku untuk individu saja melainkan dapat diakses juga oleh sebuah kelompok, komunitas, organisasi, perusahaan, instansi pemerintahan hingga institusi pendidikan.

Sebagai media informasi, tidak sedikit organisasi atau institusi pendidikan menjadikan instagram sebagai pusat informasi bagi penggunanya. Universitas Negeri Padang merupakan salah satu instansi pemerintah dalam bidang pendidikan yang menggunakan instagram

sebagai pusat informasi mereka. Sebagai institusi pendidikan yang telah berdiri sejak 23 Oktober 1954, Universitas Negeri Padang memiliki lebih kurang 42.000 mahasiswa berdasarkan data ditahun 2021, dengan memiliki 9 fakultas dan 1 program pascasarjana dengan total 109 program studi untuk jenjang diploma, sarjana, magister, dan doktor. Dilansir dari kompas, saat ini Universitas Negeri Padang termasuk perguruan tinggi yang paling banyak diminati di Sumatera Barat oleh calon mahasiswa baru.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan informasi, dibuat beberapa media informasi terkait Universitas Negeri Padang salah satunya @infounp yang sering dan banyak digunakan oleh mahasiswa. Akun-akun tersebut dimanfaatkan oleh civitas akademika khusunya mahasiswa sebagai media untuk mendapatkan informasi terbaru terkait Universitas Negeri Padang. Sebagai sebuah media informasi di instagram, @infounp memiliki konsep yang santai, sehingga memberi kesan non formal dimana informasi disajikan secara akurat dan *realtime*. Akun yang sudah ada sejak September 2015 ini tercatat sudah memiliki lebih dari 109.000 followers dengan 4.109 postingan per November 2023. Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan dengan admin @infounp, akun ini turut bergerak dibidang pendidikan yang menyediakan informasi terkait infografis, event, serta informasi mahasiswa.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan peneliti melalui Google Form dari tanggal 21 sampai 26 November 2023, didapatkan 24 dari 30 responden menyetujui bahwa mereka lebih memilih menggunakan dan mencari informasi di @infounp ketimbang akun-akun lain dalam kaitan yang sama. Dari 24 jawaban yang terkumpul, mayoritas menerangkan bahwa alasan responden @infounp sebagai media informasi terkait Universitas Negeri Padang karena mereka merasa informasi yang didapat lebih jelas, lengkap dan *up to date*, walaupun terkadang ada beberapa postingan menurut responden yang tidak sesuai dengan kebutuhan informasi mereka.

Perbandingan persentase responden yang memilih menggunakan @infounp dibanding akun lain adalah 80% banding 20%. Hal tersebut tentu menjadi fenomena yang menarik di mana terdapat akun lain yang seharusnya lebih dimanfaatkan oleh pengguna, yaitu @universitasnegeripadang_unp yang merupakan akun *official* dari Universitas Negeri Padang, sehingga pengguna tidak perlu khawatir akan keabsahan dan keakuratan dari informasi yang disajikan. Sayangnya, fakta di lapangan memperlihatkan bahwa @infounp yang lebih banyak digunakan oleh mahasiswa karena dirasa lebih menyajikan informasi *up to date,* walau tak jarang dalam membagikan informasi, @infounp turut membagikan postingan yang tidak

berkaitan dan tidak mengandung informasi seputar Universitas Negari Padang. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa postingan yang mengandung informasi seputar prediksi pertandingan antara tim sepak bola Eropa, konten reels sebagai hiburan, hingga postingan *meme* yang tidak ada kaitannya dengan Universitas Negeri Padang dimana yang menjadi kontennya adalah editan foto beberapa tokoh internasional seperti pesepakbola, pembalap, penyanyi hingga idol Korea. Sebagaimana hasil survei awal yang telah diuraikan di atas, adanya fenomena kecenderungan pengguna dalam menggunakan @infounp sebagai media informasi Universitas Negeri Padang terjadi karena setiap mahasiswa memiliki kebutuhan informasi yang berbeda, sehingga masing-masing dari mereka akan memilih sumber informasi yang menurut mereka dapat memenuhi dan memberi kepuasan terhadap kebutuhan informasi mereka. Hal tersebut sejalan dengan Model *Uses and Gratification* (1974) yang dipahami sebagai konsep yang menjadi dasar hubungan antara penggunaan media dan kepuasan media. Model ini berorientasi pada cara untuk meningkatkan pemahaman publik tentang fungsi psikologis penggunaan media (Abelman, 1987). Model ini dinilai sesuai dengan fenomena yang terjadi karena selain model ini berorientasi kepada apa yang dapat pengguna manfaatkan dari sebuah media, model ini juga berorientasi pada kebebasan yang dimiliki pengguna dalam memilih komunikasi massa, karena adanya perbedaan kebutuhan setiap individu.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan: (1) tingkat pemanfaatan instagram @infounp; (2) tingkat kepuasan pengguna mahasiswa Departemn Ilmu Informasi Perpustakaan Universitas Negeri Padang pada media sosial instagram @infounp; dan (3) adanya pengaruh pemanfaatan instagram @infounp terhadap kepuasan pengguna mahasiswa Departemen Ilmu Informasi Perpustakaan Universitas Negeri Padang.

Dari uraian diatas, peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh pemanfaatan instagram @infounp terhadap kepuasan pengguna mahasiswa Departemen Ilmu Informasi Perpustakaan Universitas Negeri Padang. Oleh karenanya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh pemanfaatan Instagram @infounp Terhadap Kepuasan Pengguna Mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang*"*.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif dengan jenis penelitian kuantitatif. Tujuan menggunakan penelitian kuantitatif dalam penelitian ini adalah untuk menentukan pengaruh pemanfaatan instagram @infounp terhadap kepuasan pengguna mahasiswa Departemen ilmu informasi dan perpustakaan Universitas Negeri Padang. Adapun populasi penelitian ini adalah seluruh *folowers* akun Instagram @infounp yang berjumlah 109.000 per November 2023. Sampel diambil sebanyak 100 dengan menggunakan rumus Slovin dengan presisi 10%. Teknik pengambilan yaitu teknik *simple random sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang berisikan sekumpulan pernyataan yang sudah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji persayaratan analisis penelitian ini meliputi uji normalitas dan uji hipotesis (uji t). Setelah data terkumpul dari kuesioner, maka dilakukan penganalisisan data dengan cara pemeriksaan data, tabulasi data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat terdistribusi dengan normal atau tidak. Pada penelitian ini, uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov yang megukur nilai residual dari data yang diperoleh melalui aplikasi SPSS. Berikut hasil dari uji normalitas menggunakan SPSS.

Table 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual

N			100
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.33932828
Most Extreme Differences	Absolute		.065
	Positive		.065
	Negative		-.043
Test Statistic			.065
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.200[d]
Monte Carlo Sig. (2- tailed)[e]	Sig.		.359
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.347
		Upper Bound	.371

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Diketahui pada tabel One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test nilai Asymp. Sig. sebesar 0,200 artinya Sig lebih besar dari 0,05 yang menandakan bahwa distribusi model regresi normal dan layak digunakan untuk memprediksi variabel bebas media sosial dan variabel terikat kebutuhan informasi.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk meguji pengaruh suatu variabel bebas (pemanfaatan Instagram) terhadap variabel terikat (kepuasan pengguna). Penelitian ini menggunakan uji T dengan bantuan SPSS, dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.559	2.039		5.179	<.001
	Pemanfaatan Instagram	.672	.073	.682	9.230	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Pada tabel uji T menunjukkan sig. 0,001. Karena nilai sig. 0,001 lebih kecil dari 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh variabel X (media sosial) terhadap variabel Y (kebutuhan informasi). Sementara nilai thitung 9,230 > ttabel 1,984 yang berarti hipotesis alternatif (Ha) diterima sementaraH0 ditolak.

PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Pemanfaatan Instagram (X)

1. Tanggapan responden mengenai indikator motif informatif terhadap pemanfaatan Instagram @infounp oleh pengguna mahasiswa. Berdasarkan analisis data, indikator motif informatif berada pada kategori sangat baik dengan persentase 81,7% berada pada rentang 81 – 100%. Hal tersebut sesuai dengan definisi motif informatif yaitu bahwa teori ini lebih menitik beratkan pada pengguna media dalam hal memilih dan menggunakan media. Artinya, pengguna adalah pihak yang selalu melakukan proses komunikasi dan berusaha dalam mencari media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya, yaitu kebutuhan akan pengetahuan yang terdapat pada motif informatif (McQuail, 1991).
2. Tanggapan responden mengenai indikator motif pendidikan terhadap pemanfaatan instagram @infounp oleh pengguna mahasiswa. Berdasarkan analisis data, indikator motif pendidikan berada pada kategori baik dengan persentase 62,7% berada pada rentang 61 – 80%. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Nasrullah (2015) bahwa setiap orang memiliki akses ke media dengan berbagai kebutuhan seperti informasi, hiburan, pendidikan hingga pengetahuan. Penggunaan media sendiri dapat dilihat dari intensitas waktu penggunaan media, jenis isi media yang dikomsuumsi serta berbagai hubungan antara pengguna media dengan konten atau isi media yang dikonsumsi (Romli, 2016).
3. Tanggapan responden mengenai indikator motif hiburan terhadap pemanfaatan instagram @infounp oleh pengguna mahasiswa. Berdasarkan analisis data, indikator motif hiburan berada pada kategori cukup baik dengan persentase 57,7% pada rentang 41-60%. Hal tersebut sesuai dengan definisi motif hiburan yaitu melepaskan diri dari masalah dan bersantai, untuk mendapatkan kesenangan spiritual dan estetika, isi waktu dan sampaikan emosi.

Analisis Deskriptif Kepuasan Pengguna (Y)

1. Tanggapan responden mengenai indikator *efficiency*. Berdasarkan analsisi data, indikator *efficiency* berada pada kategori sangat baik dengan persentase 81,7% berada pada rentang 81-100%. Maka dari itu, diketahui bahwa indikator *efficiency* dalam memberikan kepuasan pengguna mahasiswa sudah tercapai dengan sangat baik. Hal tersebut sesuai dengan definisi *efficiency* yaitu sebuah media sosial yang efisien dapat memberikan informasi dengan cepat (Keynote, 1994).

2. Tanggapan responden mengenai indikator *effectiveness*. Berdasarkan analsisi data, indikator *effectiveness* berada pada kategori sangat baik dengan persentase 82% berada pada rentang 81- 100%. Hal tersebut sesuai dengan definisi *effectiveness* yaitu suatu keadaan mengenai terjadinya efek atau hasil yang diinginkan. Apabila seseorang melakukan suatu perbuatan dengan suatu tujuan yang dikehendaki dan tertentu, jika mempunyai niat untuk menghasilkan atau menginginkan akibat itu, maka itu dikatakan efektif (Gie, 2001).
3. Tanggapan responden mengenai indikator *statisfaction*. Berdasarkan analsisi data, indikator *satisfaction* berada pada kategori baik dengan persentase 79% berada pada rentang 61-80%. Maka dari itu, diketahui bahwa indikator *satisfaction* dalam memberikan kepuasan pengguna mahasiswa sudah tercapai dengan baik. Hal tersebut sesuai dengan definisi *satisfaction* yaitu sebuah respon positif yang timbul dari sebuah penilaian seseorang yang melakukan sesuatu sehingga menimbulkan pengalamannya dalam memakai atau menggunakan sesuatu (Sharma & Nayak, 2018)

Berdasarkan analisis data, indikator *satisfaction* (kepuasan) pada varibel kepuasan pengguna

(Y) mendapatkan skor terendah dibandingkan dengan indikator pada varibel kepuasan pengguna (Y) lainnya. Meskipun mendapatkan nilai kategori baik, namun akun instagram @infounp sebaiknya lebih memperhatikan indikator ini. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas dari isi postingan atau konten yang disampaikan kepada pengguna sehingga pengguna merasa puas terkait instagram @infounp dalam memberikan informasi seputar universitas Negeri Padang.

Pengaruh Pemanfaatan Instagram @infounp terhadap Kepuasan Pengguna Mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang

Berdasarkan uraian hasil uji normalitas pada bagian hasil sebelumnya, diketahui bahwa setiap item atau pernyataan kuesioner yang berjumlah 20 berdistribusi secara normal dengan hasil nilai signifikansi sebesar 0,200. Pernyataan setiap variabel dikatakan normal apabila nilai signifikansi hasil residual lebih besar dari 0,05. Lebih lanjut, hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat pengaruh dari pemanfaatan instagram @infounp terhadap kepuasan pengguna mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang. Dari hasil pengolahan data, berdasarkan uji hipotesis terhadap variabel bebas (X)

pemanfaatan Instagram dan variabel terikat (Y) kepuasan pengguna. Hasil uji T memperlihatkan bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan 2 variabel penelitian berada pada angka 0,001 dengan thitung sebesar 9,230. Sebagaimana hasil uji T yang ada, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) pemanfaatan Instagram dengan variabel terikat (Y) kepuasan pengguna melalui penilaian nilai signifikansi 0,001 < 0,05. Lebih lanjut, diketahui pula bahwa hipotesis alternatif (Ha) diterima sedangkan hipotesis nol (H0) ditolak karena nilai thitung 9,230 > ttabel 1,984.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan mengenai "Pengaruh Pemanfaatan Instagram @infounp terhadap Kepuasan Pengguna Mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang" dapat diambil kesimpulan sebagai berikut. *Pertama,* tingkat variabel pemanfaatan instagram (X) berada pada kategori baik dengan nilai sebesar 2,77. *Kedua,* tingkat variabel kepuasan pengguna (Y) berada pada kategori sangat baik dengan nilai sebesar 3,33. *Ketiga,* terdapat pengaruh antara variabel pemanfaatan instagram (X) terhadap variabel kepuasan pengguna (Y) berdasarkan hasil uji hipotesis yang menunjukkan *sig.* 0,001 lebih kecil dari 0,05 dengan nilai t_{hitung} 9,230 > t_{tabel} 1,984 yang berarti hipotesis alternatif (H_a) diterima sementara H_0 ditolak.

DAFTAR PUSTAKA

Abelman, R. (1987). Religious Television Uses and Gratifications. *Journal of Broadcasting and Electronic, 31*(3), 293-307.

Gie, T. (2001). *Ensiklopedi Administrasi.* Jakarta: PT. Gunung Agung.

Keynote, J. (1994). Guerrilla HCI: Using Discount Usability Engineering to Penetrate the Intimidation Barrier, Usable Information Intimidation Barrier, Usable Information Technology.

McQuail, D. (1991). *Teori Komunikasi Massa.* Jakarta: Erlangga.

Nasrullah, & Rulli. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi.*

Bandung: Siombiosa Rekatama Media.

Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa.* Jakarta: Grasindo.

Sharma, P., & Nayak, J. (2018). Testing the role of tourists' emotional experiences in predicting destination image, satisfaction and behavioral intentions: A case of wellness tourism. *Tourism Management Perspectives*, 41-52