

ABSTRAK

Penggunaan media sosial Instagram, sering diasumsikan efektif dalam menyebarkan informasi. Dalam penelitian ini peneliti meneliti tingkat efektivitas akun instagram @marcomm_umb dalam pemenuhan kebutuhan informasi followers. Akun @marcomm_umb merupakan salah satu bentuk digitalisasi informasi organisasi oleh Perguruan Tinggi Swasta.

Penelitian ini menggunakan Paradigma Positivisme, Paradigma Positivisme secara lebih sederhana menggunakan pendekatan kuantitatif dengan format deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta dan sifat populasi atau objek tertentu. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan dua sumber data yakni data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah wawancara dan obeservasi. Data sekunder dari penelitian ini yaitu dari studi kepustakaan, dokumen dan arsip yang bersumber dari buku-buku yang relevan dengan topik penelitian.

Instagram @marcomm_umb dinilai sudah efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi bagi followers-nya pada indikator faktor penerima, ketepatan waktu, saluran komunikasi, format, dan sumber pesan. Kemudian, @marcomm_umb pada indikator pengiriman pesan mendapatkan penilaian kurang efektif.

Kata kunci : Efektivitas, sosial media, instagram

ABSTRACT

The use of social media Instagram is often assumed to be effective in disseminating information. In this study, researchers examined the level of effectiveness of the @marcomm_umb Instagram account in fulfilling followers' information needs. The @marcomm_umb account is a form of digitizing organizational information by private universities.

This research uses the Positivism Paradigm, the Positivism Paradigm more simply uses a quantitative approach with a descriptive format aimed at making systematic, factual and accurate descriptions of the facts and characteristics of certain populations or objects. Data collection techniques were carried out using two data sources, namely primary and secondary data. Primary data in this research are interviews and observations. Secondary data from this research is from literature studies, documents and archives sourced from books relevant to the research topic.

Instagram @marcomm_umb is considered to be effective in meeting the information needs of its followers in terms of recipient factors, timeliness, communication channels, format and message source. Then, @marcomm_umb on the message delivery indicator received a less effective rating.