



**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @univmercubuana  
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI  
PENDAFTARAN MAHASISWA BARU UNIVERSITAS  
MERCU BUANA TAHUN AJARAN 2022/2023**

**SKRIPSI**

**Disusun Oleh:**

**ANTIKHA WULAN**

**44220010032**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Antikha Wulan  
NIM : 44220010032  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten Instagram @univmercubuana Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pendaftaran Mahasiswa Baru Universitas Mercu Buana Tahun Ajaran 2022/2023.

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 25 Juli 2024

UNIVERS  
MERCU BUANA



(ANTIKHA WULAN)

## HALAMAN PENGESAHAN 1 PEMBIMBING

### HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Antikha Wulan  
NIM : 44220010032  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten Instagram @univmercubuana Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pendaftaran Mahasiswa Baru Universitas Mercu Buana Tahun Ajaran 2022/2023.

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Ira Purwitasari, S.Sos., M.I.Kom  
NIDN : 0302066903  
Ketua Penguji : Suryaning Hayati, MM, M.Ikom  
NIDN : 0322088201  
Penguji Ahli : Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si  
NIDN : 0318116602

()  
()  
()

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 25 Juli 2024

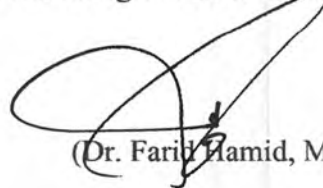
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Antikha Wulan  
NIM : 44220010032  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten Instagram @uniymercubuana Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pendaftaran Mahasiswa Baru Universitas Mercu Buana Tahun Ajaran 2022/2023.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 25 Juli 2024

Yang menyatakan,



( Antikha Wulan )

## ABSTRAK

Nama : Antikha Wulan  
NIM : 44220010032  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Penelitian : Pengaruh Konten Instagram @univmercubuana Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pendaftaran Mahasiswa Baru Tahun Ajaran 2022/2023  
Pembimbing : Dr. Ira Purwitasari, S.Sos., M.I.kom

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh konten instagram @univmercubuana terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pendaftaran mahasiswa baru Universitas Mercu Buana tahun ajaran 2022/2023. Fokus utama penelitian adalah mencapai temuan yang sesuai dengan tujuan penelitian secara keseluruhan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan kearah yang membangun dan bermanfaat di ranah akademis maupun praktis. Variabel yang menjadi objek penelitian adalah konten instagram (X) dan pemenuhan kebutuhan informasi (Y). Instagram digunakan pada institusi perguruan tinggi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak berkaitan dengan program pendidikan dalam bentuk konten foto, video, dan captions. Akun @univmercubuana digunakan untuk menyebarkan konten informasi mengenai program pendaftaran mahasiswa baru, beasiswa, dan informasi yang berkaitan dengan prestasi maupun akreditasi Universitas Mercu Buana.

Dasar teori yang digunakan adalah teori Uses and Gratification mengacu bahwa khalayak media dianggap sebagai khalayak aktif dengan pandangan selektif dalam memilih media yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan akan informasi. Teori ini menghasilkan variabel (X) dengan dimensi (foto, video, dan captions) dan variabel (Y) dengan dimensi (Current need approach, Everyday need approach, Exhaustic need approach, dan Catching-up need approach). Metode pada penelitian ini adalah kuantitatif, dengan populasi penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi (S1) Universitas Mercu Buana, angkatan 2022, dengan jumlah 100 responden sebagai sampel penelitian, dan menggunakan teknik Probability Sampling.

Hasil penelitian koefisien determinasi pada penelitian ini menunjukkan bahwa 78,5% kebutuhan informasi pendaftaran mahasiswa baru dipengaruhi oleh konten instagram @univmercubuana, sisanya sebesar 24.4% dipengaruhi oleh faktor lain yang berasal dari luar penelitian dan tidak dijelaskan pada penelitian ini. Analisis data dengan menggunakan IBM SPSS versi 26 menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,999 nilai ini diartikan bahwa setiap peningkatan 1% dalam nilai nilai variabel (X) konten instagram @univmercubuana diikuti oleh peningkatan sebesar 0,999 pada nilai variabel (Y) pemenuhan kebutuhan informasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa arah pengaruh konten instagram @univmercubuana pemenuhan kebutuhan informasi adalah positif.

**Kata Kunci** : Media Sosial, Instagram, Konten, @univmercubuana, Kebutuhan Informasi, Uses And Gratifications, Public Relations.

## **ABSTRACT**

*No* : Antikha Wulan  
*NIM* : 44220010032  
*Study program* : Communication Studies  
*Title Internship Report* : Influence of Instagram Content @univmercubwana  
Towards Fulfilling Information Needs for New  
Student Registration for the 2022/2023 Academic  
Year  
*Counsellor* : Dr. Ira Purwitasari, S.Sos., M.I.kom

*This research aims to determine the extent of the influence of @univmercubwana instagram content on fulfilling information needs for new student registration at Mercu Buana University for the 2022-2023 academic year. The main focus of research is to achieve findings that are consistent with the overall research objectives. It is hoped that the results of this research can make a significant contribution in a constructive and useful direction in the academic and practical realms. The variables that are the object of research are Instagram content (X) and fulfillment of information needs (Y). Instagram is used in higher education institutions to convey information to the public regarding educational programs in the form of photo, video, and caption content. The @univmercubwana account is used to disseminate information content regarding new student registration programs, scholarships, and information related to the achievements and accreditation of Mercu Buana University.*

*The basic theory used is that Uses and Gratification refers to the fact that media audiences are considered to be active audiences with a selective view in choosing the media that will be used to fulfill their need for information. This theory produces a variable (X) with dimensions (photos, videos, etc captions) and a variable (Y) with dimensions (Current need approach, Everyday need approach, Exhaustive need approach, and Catching-up need approach). The method in this research is quantitative, with The population of this research is students from the Faculty of Communication Sciences (SI), Mercu Buana University, class of 2022, with 100 respondents as research samples and using the technique probability sampling.*

*The results of research on the coefficient of determination in this study show that 78.5% of new student registration information needs are influenced by Instagram content @univmercubwana the remaining 24.4% is influenced by other factors that come from outside the research and are not explained in this research. Data analysis using IBM SPSS version 26 shows a regression coefficient of 0.999. This value means that every 1% increase in the value of the variable (X) for @univmercubwana Instagram content is followed by an increase of 0.999 in the value of the variable (Y) for fulfilling information needs. Thus, it can be concluded that the direction of influence of @univmercubwana Instagram content in fulfilling information needs is positive.*

**Keywords** : Social Media, Instagram, Content, @univmercubwana, Information Needs, Uses And Gratifications, Public Relations.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa dipanjatkan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa. Berkat karunia dan rahmat yang telah diberikan sehingga penelitian dapat diselesaikan dengan lancar, baik, dan tepat waktu. Penelitian dilakukan dengan mengangkat judul “Pengaruh Konten Instagram @univmercubuana Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pendaftaran Mahasiswa Baru Universitas Mercu Buana Tahun Ajaran 2022/2023” yang dimaksudkan untuk menghasilkan temuan yang sesuai dengan tujuan penelitian secara keseluruhan dan diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam ranah akademis maupun praktis.

Adapun tugas akhir skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Komunikasi. Pada penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa adanya dukungan moril maupun materil dari berbagai pihak yang senantiasa dengan tulus memberikan bantuan baik bimbingan, motivasi, serta doa yang disampaikan secara langsung maupun tidak langsung sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan. Maka, dari itu penulis ingin menyampaikan bentuk apresiasi dengan mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ira Purwitasari, S.Sos., M.I.kom selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan senantiasa memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini dan memberikan bimbingan selama proses pembuatan skripsi. Peneliti sangat berterima kasih atas arahan, masukan, motivasi, semangat, dan waktu yang diberikan karena melalui bantuan tersebut telah membantu peneliti menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ervan Ismail, Dr. S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah membantu saya dari semester satu hingga saat ini.

5. Muhammad Didi Ahmadi, S.Pd,M.Ikom selaku dosen pengampu mata kuliah Metode Penelitian Kuantitatif yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi pembelajaran kepada Peneliti.
6. Kepada kedua orang tua, Bapak (Ade Chehuri) dan Ibu (Yanti Irawan) yang dengan ketulusan hatinya selalu memanjatkan doa untuk kelancaran peneliti untuk dapat menyelesaikan tugasnya. Selain itu terimakasih karena dengan senantiasa tidak pernah lupa memberikan dukungan, fasilitas, dan motivasi selama proses penyusunan penelitian, sehingga penelitian berhasil diselesaikan.
7. Muhammad Azzam Iransyah selaku adik yang dengan baik selalu menyisihkan waktu, memberikan dukungan dan bantuan dengan turut menemani peneliti selama proses penyusunan skripsi.
8. Kepada kakek dan nenek yang selalu memberikan dukungan dan doa tiada henti selama proses penyusunan penelitian, sehingga dapat terselesaikan dengan tepat waktu.
9. Sahabat-sahabat yang senantiasa memberikan support dan dengan tulus hati menjadi tempat berbagi keluh kesah dan berbagi cerita selama proses menyelesaikan penelitian.Seluruh Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi tahun ajaran 2022/2023 yang sudah ikut mensupport dan membantu dalam pengisian kuesioner untuk penelitian ini. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa hormat dan apresiasi atas dedikasi yang diberikan.
10. Tak lupa untuk mengucapkan terimakasih kepada diri saya sendiri selaku peneliti yang terus berusaha semangat untuk dapat menyelesaikan penelitian. Terimakasih karena sudah sabar, kuat, terus berusaha, dan ikhlas selama mengikuti prosesnya.



Ucapan terima kasih ini disampaikan sebagai bentuk penghargaan dan apresiasi atas kerjasama serta bimbingan yang telah diberikan oleh semua pihak. Peneliti menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan baik dari bentuk penyusunan maupun materi pembahasan di dalamnya. Maka dari itu, apabila terdapat kritik dan saran yang membangun akan diterima dengan baik sebagai bahan evaluasi peneliti. Akhir kata dari saya. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan keberkahan bagi seluruh pihak yang telah membantu saya dalam merampungkan penelitian ini dan peneliti berharap penelitian ini dapat menambah wawasan dalam bidang Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi *Public Relations*.



Jakarta, 27 juni 2024

Antikha wulan

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	16
1.3 Tujuan Penelitian .....	16
1.4 Manfaat Penelitian .....	16
1.4.1 Manfaat Akademis .....	16
1.4.2 Manfaat Praktis .....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>17</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	17
2.2 Komunikasi Massa .....	37
2.3 Teori Uses and Gratifications .....	38
2.4 Media baru ( <i>New media</i> ) .....	41
2.4.1 Media sosial .....	43
2.4.2 Instagram .....	47
2.5 Konten .....	50
2.5.1 Foto .....	50
2.5.2 Video .....	51

2.5.3 Caption.....	52
2.6 Kebutuhan Informasi .....	53
2.7 Public Relations .....	56
2.8 Kerangka Pemikiran .....	62
2.9 Hipotesis Teori .....	64
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>65</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	65
3.2 Metode Penelitian .....	66
3.3 Populasi dan Sampel.....	67
3.3.1 Populasi.....	67
3.3.2 Sampel .....	71
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....	72
3.4 Definisi Konsep dan Operasional Konsep.....	74
3.4.1 Definisi Konsep .....	74
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	79
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	83
3.5.1 Data Primer .....	84
3.5.2 Data Sekunder.....	85
3.6 Validitas dan Reliabilitas.....	86
3.6.1 Uji Validitas .....	86
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	87
3.7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	88
3.7.1 Hasil Uji Validitas .....	88
3.7.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	90
3.8 Teknik Analisis Data .....	91
3.8.1 Uji Korelasi.....	91
3.8.2 Uji Koefisien Determinasi .....	92
3.8.3 Regresi Linear Sederhana .....	93
3.8.4 Uji T (Uji Parsial) .....	93
3.8.5 Uji F (Uji Simultan).....	94

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>95</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	95
4.1.1 Sejarah Universitas Mercu Buana.....	95
4.1.2 Akun Instagram @univmercubuana .....	96
4.1.3 Konten Instagram @univmercubuana .....	98
4.2 Hasil Penelitian.....	103
4.2.1 Karakteristik Responden.....	104
4.2.2 Hasil Uji korelasi .....	131
4.2.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	132
4.2.4 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	132
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis (Uji T).....	134
4.2.6 Hasil Uji Hipotesis (Uji F).....	135
4.3 Pembahasan .....	136
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>148</b>
5.1 Kesimpulan.....	148
5.2 Saran .....	149
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>151</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>156</b>


  
 UNIVERSITAS  
 MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penggunaan Instagram Berdasarkan Usia .....	4
Gambar 1. 2 Profil Instagram Universitas Mercu Buana .....	6
Gambar 1. 3 Penghargaan Perlombaan dan Akreditasi Universitas Mercu Buana Oleh Akun @Univmercubuana .....	8
Gambar 1. 4 Penyampaian Informasi Interaktif Oleh Akun @univmercubuana..	10
Gambar 1. 5 Aktivitas Konten Informasi Pendaftaran Mahasiswa Baru Di Instagram .....	11
Gambar 1. 6 Kolom Komentar Akun Instagram @univmercubuana .....	12
Gambar 3. 1 Ciri-Ciri Mahasiswa Ilmu Komunikasi .....	70
Gambar 4. 1 Universitas Mercu Buana, Jakarta.....	95
Gambar 4. 2 Profil Akun Instagram Universitas Mercu Buana .....	96
Gambar 4. 3 Aktivasi Akun Instagram Universitas Mercu Buana.....	97
Gambar 4. 4 Konten Instagram Universitas Mercu Buana .....	98
Gambar 4. 5 Hasil Uji Korelasi.....	131
Gambar 4. 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	132
Gambar 4. 7 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	133
Gambar 4. 8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (Coefficients).....	133
Gambar 4. 9 Hasil Uji T.....	134
Gambar 4. 10 Hasil Uji f.....	135



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Followers Instagram Perguruan Tinggi Swasta (PTS) Jakarta Barat .....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	63
Tabel 3. 1 Operasional Konsep .....	79
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert.....	85
Tabel 3. 3 Skala Penilaian atau Interval (Indeks rata-rata/Mean).....	85
Tabel 3. 4 Tabel Tingkat Reliabilitas Nilai Cronbach's Alpha.....	88
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas, Variabel (X) Konten Instagram @univmercubuana .....	89
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas, Variabel (Y) Pemenuhan Kebutuhan Informasi... 89	
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas, Variabel (X) Konten Instagram @univmercubuana .....	90
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas, Variabel (Y) Pemenuhan Kebutuhan Informasi 91	
Tabel 3. 9 Penafsiran Koefisien Korelasi.....	92
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin.....	104
Tabel 4. 2 Usia .....	104
Tabel 4. 3 Fakultas .....	105
Tabel 4. 4 Bidang Studi.....	105
Tabel 4. 5 Angkatan .....	106
Tabel 4. 6 Responden mengikuti dan mengetahui konten instagram @univmercubuana .....	106
Tabel 4. 7 Bentuk informasi yang disampaikan akun @univmercubuana menggunakan pemilihan foto yang menarik.....	107
Tabel 4. 8 Informasi pendaftaran mahasiswa baru yang disampaikan melalui konten foto @univmercubuana dijelaskan dengan lengkap dan rinci. ....	108
Tabel 4. 9 Foto yang diunggah pada instagram @univmercubuana secara efektif membantu mahasiswa baru dalam memahami informasi yang disampaikan. ....	109
Tabel 4. 10 Mahasiswa menyimak konten video yang diunggah melalui akun instagram. @univmercubuana.....	110
Tabel 4. 11 Konten video yang disampaikan dalam akun instagram @univmercubuana berisikan informasi yang bersifat edukatif.....	111

Tabel 4. 12 Narasi pada konten video instagram @univmercubuana memudahkan mahasiswa baru dalam memahami informasi yang diberikan. ....	112
Tabel 4. 13 Caption pada akun instagram @univmercubuana membangun interaksi dengan mahasiswa melalui kolom komentar. ....	113
Tabel 4. 14 Caption instagram @univmercubuana mendeskripsikan informasi yang mendetail dan mudah dipahami sejalan dengan foto dan video yang diunggah.	114
Tabel 4. 15 Penggunaan Hashtag pada caption @univmercubuana memudahkan mahasiswa dalam mencari kata kunci terkait informasi yang ingin diketahui....	115
Tabel 4. 16 Skor Indeks Rata-rata Variabel (X) Konten instagram @univmercubuana .....	116
Tabel 4. 17 Akun Instagram @univmercubuana memberikan konten informasi secara konsisten yang bermanfaat untuk menambah pengetahuan mahasiswa baru. ....	119
Tabel 4. 18 Akun Instagram @univmercubuana berisikan konten informasi berupa foto, video, dan caption yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa baru. ....	120
Tabel 4. 19 Instagram @univmercubuana memperhatikan keakuratan informasi yang dibagikan, sehingga dapat diandalkan mahasiswa baru sebagai sumber informasi yang jelas dan terpercaya. ....	121
Tabel 4. 20 Akun @univmercubuana secara rutin memberikan informasi terkini seputar aktivitas Universitas Mercu Buana kepada mahasiswa baru. ....	122
Tabel 4. 21 Konten @univmercubuana memudahkan mahasiswa dalam memperoleh informasi secara cepat. ....	123
Tabel 4. 22 Mahasiswa selalu mengakses konten instagram @univmercubuana untuk memperoleh informasi terkini. ....	124
Tabel 4. 23 Akun instagram @univmercubuana menyediakan informasi yang mendetail mengenai pendaftaran mahasiswa baru Universitas Mercu Buana. ...	125
Tabel 4. 24 Konten instagram @univmercubuana dapat membantu mahasiswa baru dalam memenuhi kebutuhan informasi terbaru tentang Universitas Mercu buana. ....	126

Tabel 4. 25 Informasi yang disampaikan melalui instagram @univmercubuana selalu diperbaharui dan dikemas secara kreatif dengan mengikuti perkembangan tren yang sedang berlangsung. ....	127
Tabel 4. 26 Skor Indeks Rata-rata Variabel (Y) Pemenuhan Kebutuhan Informasi .....	129

