

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.