

Pengalaman Informasi Mahasiswa Baru Universitas Diponegoro dalam Memanfaatkan Instagram untuk Menentukan Pilihan Perguruan Tinggi

Septiana Arisa Putri^{1*)}, Athanasia Octaviani Puspita Dewi²

^{1,2}Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro, Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia

**) Korespondensi: arisaputri64@gmail.com*

Abstract

[Information Experiences of First Year Students of Diponegoro University in Using Instagram to Determine Higher Education Choices] *This study aims to determine the information experience of using social media on new students at Diponegoro University in determining college choices. The method used in this study is a qualitative method with a phenomenological approach. The data collection technique used in this research is through semi-structured interviews and observation. The informants in this study amounted to 12 new students from Diponegoro University who were selected using purposive sampling technique. The data analysis technique used is thematic analysis. The results of the research analysis show that there are four themes related to student experiences in using social media especially Instagram to choose colleges. The first theme is the motivation of students to use social media especially Instagram in choosing colleges, in this theme there are various advantages on Instagram that make students choose to use Instagram in finding information about universities. The second theme is accessibility of information, in this theme students can access information about universities in Instaram easily anywhere and anytime. The third theme is finding information that contains a lot of useful information about universities that are found by students according to their needs. The fourth theme is Instagram in the perspective of new students of Diponegoro University as a medium in determining college choices. Students assess social media, especially Instagram, as the right medium to find information about universities and social media also contributes to them in choosing a college.*

Keywords: *choose college; first year students; information experience; Instagram; social media*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengalaman informasi mahasiswa baru Universitas Diponegoro dalam memanfaatkan instagram untuk menentukan pilihan perguruan tinggi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui wawancara semi terstruktur dan observasi. Informan yang ada dalam penelitian ini berjumlah 12 orang mahasiswa baru Universitas Diponegoro yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu *thematic analysis*. Hasil analisis penelitian menunjukkan terdapat empat tema yang terkait dengan pengalaman mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial Instagram untuk memilih perguruan tinggi. Tema pertama yaitu motivasi mahasiswa menggunakan media sosial Instagram dalam memilih perguruan tinggi, pada tema ini terdapat berbagai keunggulan pada instagram yang membuat mahasiswa memilih untuk memanfaatkan instagram dalam mencari informasi tentang perguruan tinggi. Tema kedua yaitu aksesibilitas informasi, pada tema ini mahasiswa dapat mengakses informasi mengenai perguruan tinggi yang ada di Instaram dengan mudah di mana saja dan kapan saja. Tema ketiga yaitu temuan informasi yang berisi banyak informasi bermanfaat tentang perguruan tinggi yang ditemukan oleh mahasiswa sesuai dengan kebutuhannya. Tema keempat yaitu media sosial instagram dalam perspektif mahasiswa baru Universitas Diponegoro sebagai media dalam menentukan pilihan perguruan tinggi. Mahasiswa menilai media sosial khususnya instagram merupakan media yang tepat untuk mencari informasi tentang perguruan tinggi dan media sosial juga turut memberikan sumbangsih pada mereka dalam memilih perguruan tinggi.

Kata kunci: *Instagram; mahasiswa baru; media sosial; memilih perguruan tinggi; pengalaman Informasi*

1. Pendahuluan

Pola perilaku informasi masyarakat saat ini mengalami perubahan yang signifikan. Semakin berkembangnya zaman, kebutuhan informasi masyarakat juga semakin berkembang dan semakin kompleks. Pada mulanya informasi yang dibutuhkan bersifat fisiologis, yang artinya informasi digunakan untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti sandang, pangan, dan papan. Namun dengan masuknya era informasi, kebutuhan informasi semakin kompleks dan terus berkembang menjadi kebutuhan kognitif, afektif, integrasi personal dan integrasi sosial. (Dewi & Istiqomah, 2019).

Akumulasi dari interaksi sosial yang dilakukan oleh individu berupa aktivitas yang melibatkan aspek fisiologis, kognitif dan afektif dengan informasi dan pengetahuan tersebut menciptakan pengalaman informasi berdasarkan pada kebutuhan pribadi dari individu. (Purwaningtyas, 2022). Pengalaman informasi sendiri menurut Christine Bruce adalah cara seseorang saat mengalami atau memperoleh makna tentang bagaimana mereka terlibat dengan informasi dan dunia kehidupan mereka saat menjalani kehidupan dan pekerjaan sehari-hari. (Bruce et al., 2014).

Proses pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat dilakukan dengan memanfaatkan media-media informasi salah satunya yaitu media sosial. Banyak manfaat yang dirasakan pengguna dalam menggunakan media sosial. Media sosial dapat memberikan pengetahuan baru bagi pengguna karena banyak informasi berguna yang dapat ditukarkan melalui situs jejaring sosial (Siddiqui & Singh, 2016). Dengan informasi tersebut, pengguna dapat memperluas wawasan mengenai berbagai hal dari seluruh penjuru dunia.

Sekarang ini banyak akun-akun di media sosial yang secara khusus memberikan informasi yang bermanfaat secara gratis. Jenis konten informasinya pun beragam mulai dari tulisan, gambar, audio, ataupun video yang dikemas dengan menarik. Salah satu media sosial yang banyak memberikan informasi bermanfaat adalah instagram. Instagram dan fitur pendukungnya dapat digunakan sebagai media dalam kegiatan terkait proses pembelajaran (Listiani, 2016). Dibandingkan dengan media sosial lain, fitur yang disediakan instagram lebih lengkap serta persebaran informasinya lebih luas dan mudah diakses oleh siapa saja. Selain itu instagram lebih menjangkau generasi muda dan memiliki pengguna yang beragam dibanding media sosial lain (Salomon, 2013).

Banyak informasi bermanfaat yang ada di instagram salah satunya adalah informasi mengenai perguruan tinggi. Ada banyak akun di instagram, yang secara khusus membagikan berbagai informasi terkait perguruan tinggi. Informasi yang disajikan pun sangat lengkap mulai dari profil perguruan tinggi, profil jurusan, kajian yang dipelajari dari suatu jurusan, prospek kerja suatu jurusan, jalur masuk ke perguruan tinggi, hingga tips-tips dalam menjalankan seleksi masuk perguruan tinggi. Informasi tersebut tentu saja akan sangat berguna bagi siswa khususnya yang berencana untuk melanjutkan perguruan tinggi. Hadirnya akun-akun tersebut dapat banyak membantu siswa dalam memilih perguruan tinggi. Informasi-informasi yang disediakan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan tentang jurusan dan perguruan tinggi apa yang sesuai dengan minat dan kemampuan setiap individu.

Peran media sosial dalam memberikan informasi tentang perguruan tinggi semakin krusial sejak pandemi covid-19 mulai melanda dunia sejak awal tahun 2020 lalu. Adanya pandemi tersebut memberikan dampak yang sangat besar terhadap berbagai bidang, termasuk dalam bidang pendidikan. UNESCO mengakui bahwa wabah pandemi tersebut telah berdampak pada sistem pendidikan dunia. UNESCO melaporkan bahwa 87% siswa di dunia terkena dampak penutupan sekolah akibat pandemi Covid-19 dan UNESCO meluncurkan praktik pembelajaran jarak jauh (PJJ). (UNESCO, 2020). Akibat dari adanya pembelajaran jarak jauh tersebut, banyak kegiatan di sekolah yang terhambat atau bahkan terhenti.

Salah satu kegiatan yang terhambat oleh adanya pandemi covid-19 adalah kegiatan sosialisasi perguruan tinggi yang biasanya dilakukan oleh mahasiswa dengan mendatangi sekolah-sekolah untuk mempromosikan serta memberikan informasi mengenai perguruan tinggi kepada calon mahasiswa. Sosialisasi perguruan tinggi merupakan suatu wadah bagi calon mahasiswa untuk lebih mengenal suatu perguruan tinggi dan sebagai sarana untuk menentukan perguruan tinggi yang akan dituju. Namun dengan pembelajaran jarak jauh menjadikan kegiatan sosialisasi perguruan tinggi tidak dapat dilakukan secara langsung dan sebagai alternatifnya dilaksanakan secara daring dengan memanfaatkan media sosial khususnya Instagram.

2. Landasan Teori

2.1 Pengalaman Informasi

Teori pengalaman informasi pertama kali diperkenalkan oleh Christine Bruce pada tahun 2014 melalui bukunya yang berjudul “*Information Experience: Approaches to Theory and Practice*”. Pengalaman informasi berfokus pada cara orang memperoleh makna dari keterlibatan dengan informasi dalam berbagai aspek kehidupan mereka. (Maybee et al., 2019)

Bruce, dkk mengonseptualisasikan pengalaman informasi sebagai cara seseorang saat mengalami atau memperoleh makna tentang bagaimana mereka terlibat dengan informasi dan dunia kehidupan mereka saat menjalani kehidupan dan pekerjaan sehari-hari (2014). Pengalaman informasi menjelaskan bagaimana seseorang membuat makna dari suatu objek yang dapat diidentifikasi sebagai informasi, untuk mempertimbangkan apa yang menginformasikan mereka dan bagaimana mereka diinformasikan, yang mencakup berbagai nuansa pengalaman seperti budaya, komunitas, dan konteks yang berbeda.

Terdapat dua perspektif yang populer digunakan untuk mengkaji pengalaman informasi, yang pertama yaitu pengalaman informasi sebagai domain penelitian (*Information Experience: A Research Domain*), dan yang kedua yaitu pengalaman informasi sebagai objek penelitian (*Information Experience: A Research Object*). (Bruce et al., 2014).

1. Pengalaman Informasi Sebagai Domain Penelitian (*Information Experience: A Research Domain*)

Pada perspektif pengalaman informasi sebagai domain, pengalaman informasi dapat diinterpretasikan dengan cara yang berbeda, menggunakan berbagai paradigma konseptual dan

metode penelitian untuk investigasi. Sejauh ini, pengalaman informasi telah dieksplorasi dengan lensa perilaku, fenomenologi, dan sosiokultural.

2. Pengalaman Informasi Sebagai Objek Penelitian (*Information Experience: A Research Object*).

Pada perspektif pengalaman informasi sebagai objek penelitian, pengalaman informasi dapat menjadi suatu objek penelitian tersendiri, bersanding dengan objek penelitian informasi lainnya seperti berbagi informasi, pencarian informasi, literasi informasi, dan praktik informasi.

2.2 Media Sosial

Istilah media sosial terdiri dari dua kata yaitu “media” dan “sosial”. Kata “media” dapat didefinisikan sebagai alat komunikasi, sedangkan “sosial” berarti suatu kenyataan sosial bahwasanya setiap orang melakukan tindakan pemberian kontribusi atau bantuan kepada masyarakat. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa media dan setiap perangkat lunak merupakan bagian dari “sosial” dan bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial. (Mulawarman & Nurfitri, 2017)

Menurut Van Dijk dalam Febriana (2018) media sosial adalah “platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi.” Oleh karena itu, media sosial dapat dipandang sebagai fasilitator atau medium yang menghubungkan antara satu pengguna dengan pengguna lainnya, juga sebagai sarana mengikatkan ikatan sosial tiap pengguna. Sementara itu menurut Andreas Kaplan dan Michael media sosial didefinisikan sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”. (Cahyono, 2016). Selain itu Meike dan Young juga memiliki definisi dari sosial media yaitu “konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be share one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu”.

Berdasarkan definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan suatu alat atau media berbasis internet yang digunakan sebagai sarana komunikasi yang menghubungkan antara satu pengguna dengan pengguna lainnya untuk saling berbagi informasi.

Terdapat berbagai macam media sosial yang tersedia pada saat ini. Setiap media sosial memiliki kelebihan dan ciri khasnya masing-masing. seperti Youtube, Tiktok, Line, Whatsapp, Instagram, Twitter, Facebook, dan lain sebagainya. Dari beberapa media sosial tersebut, berdasarkan survei *Global Web Index (GWI)* pada tahun 2021 Instagram merupakan media sosial yang paling populer diantara generasi Z dengan rentang usia 16 – 23 tahun (Pusparisa, 2021).

Instagram merupakan aplikasi media sosial berbasis lokasi untuk berbagi foto dan video. Instagram didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di San Fransisco dan resmi diluncurkan pada 6 Oktober 2010. Instagram memungkinkan penggunanya untuk dapat membagikan foto dan video yang dapat diedit dengan berbagai pilihan filter dan dapat ditambahkan keterangan lokasi geografis pada konten yang dibagikan. Tidak hanya sekedar untuk berbagi foto dan video, Instagram

juga digunakan oleh perusahaan atau merek dagang untuk membangun citra visual produk, berkampanye, serta untuk berpromosi lebih dekat dengan audiens mereka. (Amaral, 2016)

3. Metode Penelitian

Metode penelitian kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk mengeksplorasi serta memahami makna yang dianggap sebagai bagian dari suatu masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2009). Penelitian kualitatif menekankan bahwa suatu kenyataan memiliki dimensi jamak, interaktif dan merupakan suatu pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh individu-individu. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut atau perspektif partisipan (Siyoto & Sodik, 2015). Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengalaman informasi mahasiswa baru dalam menggunakan media sosial instagram untuk menentukan pilihan perguruan tinggi, sehingga metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Fenomenologi merupakan ilmu pengetahuan tentang apa yang tampak mengenai suatu gejala atau fenomena yang pernah menjadi pengalaman manusia yang bisa dijadikan tolak ukur untuk mengadakan suatu penelitian kualitatif. (Samsu, 2017).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yaitu berupa deskripsi atau kata-kata yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi. Informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah mahasiswa baru Universitas Diponegoro angkatan 2021 yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan adanya pertimbangan tertentu atau seleksi khusus (Siyoto & Sodik, 2015). Peneliti telah menentukan pertimbangan atau kriteria khusus dalam memilih sampel penelitian. Beberapa pertimbangan dalam menentukan sampel antara lain: 1) Mahasiswa baru Universitas Diponegoro angkatan 2021; 2) Mempunyai media sosial Instagram; 3) Mengikuti sedikitnya satu akun Instagram yang membagikan informasi mengenai perguruan tinggi; 4) Bersedia untuk menjadi informan penelitian. Jumlah sampel yang dipilih dalam penelitian ini berjumlah 12 orang mahasiswa sesuai dengan jumlah fakultas yang ada di Universitas Diponegoro. Terdapat dua teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu wawancara dan observasi.

Pada penelitian ini, metode analisis data yang digunakan menggunakan *thematic analysis*. *Thematic analysis* adalah metode yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengatur, dan menawarkan wawasan secara sistematis ke dalam pola makna (tema) di seluruh kumpulan data. (Braun & Clarke, 2012). Menurut Heriyanto (2018) disebutkan terdapat tiga tahapan yang perlu dilakukan dalam melakukan *thematic analysis* antara lain memahami data, menyusun kode, dan mencari tema.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Motivasi Mahasiswa Menggunakan Media Sosial Instagram dalam Memilih Perguruan Tinggi

Pada proses memilih perguruan tinggi, semua informan memanfaatkan media sosial khususnya Instagram. Instagram menjadi salah satu media utama dalam mencari informasi mengenai perguruan tinggi. Disamping Instagram, beberapa informan juga memanfaatkan media sosial lain dalam mencari informasi mengenai perguruan tinggi seperti Twitter. Meskipun demikian, sebagian besar informan dalam mencari informasi mengenai perguruan tinggi lebih sering memanfaatkan Instagram. Dibandingkan dengan media sosial lain, informan menilai Instagram lebih sesuai untuk digunakan dalam mencari informasi tentang perguruan tinggi. Instagram dinilai lebih lengkap dalam memberikan informasi yang faktual. Adanya fitur-fitur menarik di Instagram seperti fitur *feed* juga membantu penggunaannya untuk dapat mencari informasi dengan lebih mudah. Selain fitur *feed*, di Instagram terdapat pula fitur *explore* yang dapat membantu informan untuk dapat menemukan informasi berkaitan dengan minat pengguna dari akun-akun yang tidak diikuti, sehingga saat informan mencari informasi ataupun mengikuti akun terkait perguruan tinggi di Instagram, maka *explore* Instagram secara otomatis akan berisi informasi tentang perguruan tinggi. Selain tersedianya fitur-fitur tersebut, informan juga berpendapat bahwa informasi yang ada di Instagram faktual dan lengkap karena banyak yang dibagikan langsung oleh perguruan tinggi yang bersangkutan. Informan menilai perguruan tinggi banyak melakukan *branding* di Instagram dibandingkan dengan media lain.

Instagram dipilih informan sebagai media dalam mencari informasi tentang perguruan tinggi juga karena beberapa alasan. Salah satu alasan informan memanfaatkan Instagram karena Instagram merupakan media yang dapat menjangkau masyarakat luas dan bersifat interaktif sehingga dapat memudahkan informan dalam menggali informasi tentang perguruan tinggi. Pada media sosial khususnya Instagram dapat dilakukan komunikasi timbal balik sehingga pengguna dapat secara langsung mengajukan pertanyaan kepada akun yang bersangkutan.

Dalam pemanfaatan Instagram sebagai media memilih perguruan tinggi, Instagram digunakan oleh informan untuk menggali informasi tentang perguruan tinggi. Melalui akun-akun yang membagikan informasi tentang perguruan tinggi di Instagram, informan mencari berbagai informasi terkait perkuliahan, perguruan tinggi, maupun mengenai seleksi masuk perguruan tinggi. Informan memanfaatkan Instagram untuk mengetahui lebih dalam mengenai perguruan tinggi yang diminati. Informan mencari informasi seperti daya saing, peringkat, akreditasi, dan sebagainya dari beberapa perguruan tinggi dan kemudian dibandingkan antara perguruan tinggi satu dengan perguruan tinggi lainnya.

Setelah mendapatkan informasi dan membandingkan informasi pada beberapa perguruan tinggi, Instagram juga digunakan untuk melihat peluang masuk perguruan tinggi serta memilih perguruan tinggi yang sesuai dengan diri. Informasi-informasi yang tersedia di Instagram dapat dijadikan acuan untuk melihat peluang masuk perguruan tinggi bagi informan. Informasi yang ada juga dapat

dijadikan sebagai patokan untuk mengukur sejauh mana kemampuan diri informan serta kemungkinan untuk dapat diterima di program studi atau perguruan tinggi tertentu.

4.2 Aksesibilitas Informasi

Aksesibilitas informasi yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu mengenai ukuran kemudahan tentang bagaimana informasi yang tersedia pada akun-akun Instagram yang membagikan informasi tentang perguruan tinggi dapat diakses dan dijangkau oleh informan. Pada proses penelusuran informasi, aksesibilitas informasi merupakan hal yang penting karena berpengaruh terhadap kelancaran proses penelusuran. Sumber informasi yang aksesibel akan memudahkan seseorang dalam mencari dan menemukan informasi sesuai dengan kebutuhannya.

Instagram sebagai salah satu sumber informasi mengenai perguruan tinggi dinilai memiliki akses yang terbuka dan mudah. Instagram merupakan media yang aksesnya mudah karena untuk mencari informasi yang dibutuhkan, pengguna dimudahkan oleh adanya fitur *feed* atau gambar poster yang memuat informasi tertentu, sehingga cukup dengan melihat posternya saja sudah dapat diketahui isi informasi yang disampaikan. Selain itu, adanya akun-akun resmi khusus seperti akun BEM dan akun Himpunan Mahasiswa juga memudahkan informan untuk mencari informasi berkaitan dengan perguruan tinggi, fakultas, maupun program studi karena informasi-informasi yang berkaitan dengan hal tersebut sudah terangkum secara lengkap dan *up to date* dalam akun Instagram resmi mereka. Selain itu, untuk bisa mendapat informasi secara lebih mendalam tentang suatu perguruan tinggi, maka informan juga dapat menghubungi *contact person* yang tercantum pada postingan di akun Instagram seperti BEM atau Himpunan Mahasiswa.

Selain mudah, Instagram juga merupakan media yang dapat diakses dengan cepat. Informan dapat melakukan proses penelusuran informasi melalui media sosial seperti Instagram dengan waktu yang singkat karena dapat dilakukan hanya melalui perangkat *smartphone* ataupun komputer yang dimiliki. Melalui pemanfaatan media sosial seperti Instagram, jika seseorang ingin mencari informasi tentang suatu perguruan tinggi maka ia tidak perlu datang ke perguruan tinggi yang bersangkutan. Cukup dengan mengetikkan kata kunci pada kolom pencarian atau dengan men-*scroll* postingan dari akun-akun yang membagikan informasi tentang perguruan tinggi, maka informasi-informasi akan muncul dengan cepat, sehingga proses penelusuran informasi dapat berjalan dengan lebih efisien. Apalagi dengan adanya akun resmi perguruan tinggi, informasi mengenai perguruan tinggi yang bersangkutan dapat dengan mudah dan cepat diperoleh serta dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

Pada proses penelusuran informasi, informan tidak hanya bisa memperoleh informasi dari postingan akunnya saja, namun juga bisa didapatkan dari pengguna lain yang turut memberikan tanggapan pada kolom komentar. Melalui kolom komentar, antarpengguna dapat saling bertukar dan berbagi informasi sehingga masing-masing kebutuhan informasi dapat terpenuhi dengan lebih cepat.

4.3 Temuan informasi

Pada proses penelusuran informasi pada akun-akun Instagram yang membagikan informasi mengenai perguruan tinggi, terdapat banyak informasi yang dijumpai oleh masing-masing informan. Informasi-informasi tersebut beragam tergantung pada kebutuhan informan. Salah satu informasi yang ditemukan yaitu informasi mengenai suatu perguruan tinggi tertentu, meliputi kegiatan perkuliahan baik itu akademik maupun non akademik, serta penunjang perkuliahan berupa sarana dan prasarana atau fasilitas yang tersedia di perguruan tinggi.

Informasi lain yang juga ditemukan oleh informan yaitu informasi seputar fakta menarik perihal suatu perguruan tinggi, yang dapat berupa ciri khas suatu perguruan tinggi ataupun hal-hal yang hanya ada di perguruan tinggi tertentu dan tidak ada di tempat lain. Informan juga menemukan informasi seputar suatu program studi meliputi prospek kerja, apa saja yang dipelajari dalam suatu program studi, serta pelajaran yang perlu dikuasai berkaitan dengan program studi yang akan dimasuki.

Selain informasi seputar perguruan tinggi dan program studi tertentu, informasi lainnya yang ditemukan oleh informan yaitu informasi terkait seleksi masuk perguruan tinggi. Informasi tentang seleksi masuk perguruan tinggi tersebut bermacam-macam mulai dari *passing grade*, daya tampung, jadwal pendaftaran, peringkat universitas, daya saing, keketatan, dan lain sebagainya. Selain informasi-informasi tersebut, terdapat pula informasi mengenai nilai-nilai dari pendaftar tahun sebelumnya yang lolos seleksi masuk perguruan tinggi.

Setelah menemukan informasi yang dibutuhkannya, informan kemudian menggunakan informasi tersebut untuk berbagai hal, diantaranya yaitu dijadikan sebagai referensi untuk memperkaya informasi seputar perguruan tinggi. Informasi yang ditemukan pada proses penelusuran informasi tentang perguruan tinggi di Instagram juga digunakan sebagai penambah motivasi untuk terus belajar lebih giat serta digunakan untuk menilai kemampuan diri. Informasi yang ada di Instagram oleh informan juga dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam memilih perguruan tinggi dan jalur masuk yang sesuai. Setelah memperoleh informasi tentang perguruan tinggi, hal lainnya yang juga dilakukan informan adalah mendiskusikan hasil temuan informasinya kepada orang-orang terdekat seperti orang tua dan teman.

Setelah proses penelusuran informasi hingga menemukan informasi yang dibutuhkan, menurut informan kualitas informasi yang ada di Instagram utamanya informasi tentang perguruan tinggi sudah baik. Hal tersebut karena informasi yang tersedia di Instagram dinilai lengkap, jelas dan terkini. Banyak informasi yang akurat di Instagram karena dibagikan secara langsung oleh perguruan tinggi yang bersangkutan maupun mahasiswa dari perguruan tinggi yang bersangkutan.

4.4 Media Sosial Instagram dalam Perspektif Mahasiswa Baru Universitas Diponegoro sebagai Media dalam Menentukan Pilihan Perguruan Tinggi

Pada proses penelusuran informasi terkait perguruan tinggi di Instagram, terdapat sangat banyak informasi yang informan temukan dari berbagai akun yang ada di Instagram. Informasi-informasi tersebut kemudian dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan informasi informan. Dalam proses penelusuran informasi di Instagram, sebagian besar informasi yang informan temukan sudah sesuai dengan kebutuhan informasi mereka. Sebagian besar informan merasakan kemudahan dengan adanya media sosial khususnya Instagram dalam mencari informasi tentang perguruan tinggi. Namun terdapat pula informan yang mengalami kendala dalam menemukan informasi yang dibutuhkannya di Instagram. Terdapat Informan yang belum menemukan beberapa informasi yang diperlukan di Instagram sehingga kebutuhan informasinya belum dapat terpenuhi. Untuk menyikapi belum terpenuhinya kebutuhan informasi tersebut, informan biasanya memanfaatkan sumber lain selain Instagram seperti dari kakak kelas atau orang yang sudah masuk perguruan tinggi.

Dalam pemanfaatan Instagram untuk mencari informasi dan memilih perguruan tinggi, banyak manfaat yang dirasakan oleh masing-masing informan. Dengan banyaknya informasi-informasi yang tersedia di Instagram tentang perguruan tinggi, informan dapat memperkaya informasi seputar perguruan tinggi serta dapat mengetahui suatu perguruan tinggi dengan lebih dalam. Media sosial khususnya Instagram menyediakan beragam informasi dari berbagai sumber. Dibandingkan media lain seperti pamflet atau informasi lisan, media sosial utamanya Instagram memiliki informasi yang lebih luas, sehingga dengan memanfaatkan Instagram, informasi tentang perguruan tinggi yang didapatkan oleh informan lebih banyak dan lebih kaya.

Banyaknya informasi yang tersedia di media sosial khususnya Instagram juga bermanfaat untuk memudahkan informan dalam memilih perguruan tinggi. Berbagai informasi yang tersedia di Instagram membantu informan untuk dapat mengetahui beragam informasi mengenai perguruan tinggi dengan lebih dalam, sehingga dengan informasi-informasi yang telah terkumpul, informan dapat lebih mudah dalam mengambil keputusan untuk memilih perguruan tinggi tertentu. Tidak hanya bermanfaat dalam membantu mengambil keputusan dalam memilih perguruan tinggi, Instagram juga bermanfaat bagi informan dalam memberikan informasi terkait jalur masuk yang ada di suatu perguruan tinggi, sehingga oleh karena hal tersebut informan pada akhirnya dapat lolos dan masuk di program studi dan perguruan tingginya saat ini. Manfaat lain yang juga dirasakan informan dengan memanfaatkan Instagram dalam memilih perguruan tinggi yaitu informan dapat lebih percaya diri dan lebih mantap dengan perguruan tinggi pilihannya.

Instagram dinilai memberikan pengaruh yang cukup besar dalam membantu informan untuk memilih perguruan tinggi. Dengan adanya informasi-informasi yang tersedia di Instagram, informan dapat memilah dan menentukan perguruan tinggi yang sesuai untuk mendaftar. Instagram juga memberikan pengaruh pada sebagian besar informan dalam memilih perguruan tinggi. Walaupun sebagian besar informan menyatakan bahwa Instagram berpengaruh terhadap keputusan mereka memilih perguruan tinggi, terdapat pula salah seorang yang menyatakan bahwa pengaruh utama dalam memilih perguruan tinggi bukan Instagram. Informan tersebut menyatakan bahwa yang menjadi

pertimbangan utama dalam memilih perguruan tinggi bukanlah informasi yang tersedia di Instagram, melainkan dari jejak alumni, serta prestasi dan nilai informan. Walaupun demikian, dikatakan bahwa media sosial khususnya Instagram memiliki peranan tersendiri dalam proses memilih perguruan tinggi.

Pada masa serba digital seperti sekarang ini, semua informan sependapat bahwa media sosial terkhusus Instagram merupakan media yang tepat untuk digunakan sebagai media dalam mencari informasi tentang perguruan tinggi. Apalagi dengan adanya pandemi covid-19 yang menyebabkan banyak hal dilakukan secara daring. Dikatakan bahwa pada masa pembelajaran daring di sekolah siswa-siswi masih kekurangan informasi berkaitan dengan perguruan tinggi, sehingga dengan adanya media sosial seperti Instagram dapat memberikan informasi lebih kepada siswa mengenai perguruan tinggi. Dengan adanya media sosial, informan dimudahkan dalam mencari informasi tentang perguruan tinggi karena banyak perguruan tinggi yang membagikan informasinya di media sosial. Kemudahan lainnya juga dirasakan karena adanya algoritma media sosial sehingga saat informan mencari informasi tentang perguruan tinggi, maka akan muncul banyak informasi dengan topik sejenis.

5. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian tentang pengalaman informasi mahasiswa baru Universitas Diponegoro dalam memanfaatkan Instagram untuk menentukan pilihan perguruan tinggi, dapat ditarik kesimpulan bahwa informan yang dalam hal ini adalah mahasiswa Universitas Diponegoro angkatan 2021 memanfaatkan media sosial Instagram untuk mencari berbagai informasi terkait perguruan tinggi. Informasi-informasi yang ditemukan di Instagram kemudian digunakan oleh informan sebagai dasar dalam memilih perguruan tinggi.

Informan memanfaatkan media sosial Instagram dikarenakan banyak kemudahan serta kelebihan yang ditawarkan Instagram saat proses pencarian informasi tentang perguruan tinggi dibandingkan dengan media lain. Informan menilai Instagram memiliki fitur-fitur yang memudahkan penggunaannya serta memiliki akses yang terbuka dan mudah. Instagram dapat diakses kapan pun dan dimana pun secara lebih efisien, sehingga setiap pengguna dapat dengan mudah dan cepat mencari informasi yang dibutuhkan. Selain itu, informasi yang tersedia di Instagram khususnya informasi mengenai perguruan tinggi juga dinilai banyak serta faktual karena banyak yang dibagikan langsung oleh akun resmi perguruan tinggi, sehingga kebutuhan informasi informan mengenai perguruan tinggi dapat terpenuhi dan pada akhirnya informan dapat memilih perguruan tinggi yang sesuai dengan keinginan dan kemampuan informan.

Daftar Pustaka

Amaral, I. (2016). Instagram - social media. *The SAGE Encyclopedia of Pharmacology and Society, January 2015*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4135/9781452206905.n373>

- Braun, V., & Clarke, V. (2012). Thematic analysis. In K. J. S. H. Cooper, P. M. Camic, D. L. Long, A. T. Panter, D. Rindskopf (Ed.), *APA handbook of research methods in psychology*. American Psychological Association.
- Bruce, C., Davis, K., Hughes, H., Partridge, H., & Stoodley, I. (2014). Information Experience: Contemporary Perspectives. *Library and Information Science*, 9, 3–15. <https://doi.org/10.1108/S1876-056220140000010001>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140–157.
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (3rd ed.). SAGE Publication.
- Dewi, A. N., & Istiqomah, Z. (2019). Perilaku Informasi Remaja dalam Memanfaatkan Facebook. *BIBLIOTIKA: Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 3(1), 15–31. <https://doi.org/10.17977/um008v3i12019p015>
- Febriana, A. I. D. (2018). Determinisme Teknologi Komunikasi Dan. *Jurnal Lontar*, 6(2), 10–17.
- Heriyanto. (2018). Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Penelitian Kualitatif. *Anuva*, 2(3), 317–324.
- Listiani, G. (2016). The Effectiveness of Instagram writing compared to teacher centered writing to teach recount text to students with high and low motivation. *Journal of English Language Teaching*, 5(1), 1–8.
- Maybee, C., Davis, K., & Conrad, L. (2019). Information Experience: A Domain and Object of Study. *82nd Annual Meeting of the Association for Information Science & Technology*, 550–553. <https://doi.org/10.1002/pra2.88>
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>
- Purwaningtyas, F. (2022). Perilaku Informasi Mahasiswa dalam Perspektif Pengalaman Informasi. *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(1), 123–128. <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/mkd/article/view/5460>
- Pusparisa, Y. (2021). *Instagram, Media Sosial Favorit Generasi Z*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/16/instagram-media-sosial-favorit-generasi-z>
- Salomon, D. (2013). Moving on from Facebook: Using Instagram to connect with undergraduates and engage in teaching and learning. *College and Research Libraries News*, 74(8), 408–412. <https://doi.org/10.5860/crln.74.8.8991>
- Samsu. (2017). *Metode Penelitian Teori dan Aplikasi Penelitian KUlitatif, Kuantitatif, Mixed Method, serta Research & Development* (Rusmini (ed.)). PUSAKA.
- Siddiqui, S., & Singh, T. (2016). Social Media its Impact with Positive and Negative Aspects. *International Journal of Computer Applications Technology and Research*, 5(2), 71–75. <https://doi.org/10.7753/ijcatr0502.1006>
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metode Penelitian*. Literasi Media.
- UNESCO. (2020). *UNESCO Rallies International Organizations, Civil Society and Private Sector Partners in a Broad Coalition to Ensure #Learningneverstops*. <https://en.unesco.org/news/unescorallies-international-organizations-civil-society-and-private-sector-partners-broad>

