

Pengalaman Informasi Mahasiswa Baru Universitas Diponegoro Tahun 2023 dalam Menggunakan Media Sosial sebagai Sarana Penentuan Program Studi

Alifia Aima Shahira^{*)}, Yanuar Yoga Prasetyawan

*Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro,
Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia*

^{*)} Korespondensi: aalifiaas23@gmail.com

Abstract

[Title: Information Experience of Undergraduate Universitas Diponegoro Students 2023 Using Social Media for Selecting Study Programs] Students use social media to seek information about study programs, with varying levels of engagement and sources, resulting in diverse experiences and influences on their study program choices. The purpose of this study was to determine the information experience of Universitas Diponegoro students who used social media to decide on study programs. This study's research method is qualitative with a phenomenological approach. Thematic analysis was applied to the research data. The research on new Diponegoro University students in 2023 led to five themes: (1) social media preference, (2) collecting information, (3) monitoring social media, (4) confirmation of social media, and (5) fulfilling information. The first theme reveals how students who previously attended high school use various social media platforms such as X, TikTok, Instagram, and Telegram to learn about their selected study programs. The second theme describes how students obtain information from social media, which influences their choice of study options. The third topic discusses how students seek more information from other sources to support their judgments. The fourth theme shows how students recognize that certain information from unauthorized sources is subjective and use this to validate the information they get. The fifth theme points out that their experience using social media as a source of information has been fulfilled, but there are still information demands that may not be met after interacting on social media.

Keyword: Information experience; selecting study program; social media; undergraduate students

Abstrak

Mahasiswa memanfaatkan media sosial untuk mencari informasi tentang program studi dengan tingkat keterlibatan dan sumber informasi yang beragam, sehingga pengalaman mereka dalam memperoleh informasi dan pengaruhnya terhadap pemilihan program studi pun berbeda-beda. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengalaman informasi pada mahasiswa baru Universitas Diponegoro tahun 2023 ketika menggunakan media sosial dalam menentukan program studi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data penelitian diolah menggunakan thematic analysis. Penelitian yang dilakukan pada mahasiswa baru Universitas Diponegoro tahun 2023 ini menghasilkan lima tema, yaitu (1) preferensi bentuk media sosial mahasiswa, (2) pengumpulan informasi media sosial, (3) pemantauan informasi media sosial, (4) konfirmasi informasi media sosial, dan (5) pemenuhan kebutuhan informasi di media sosial. Tema pertama menunjukkan bahwa mahasiswa yang sebelumnya mengenyam pendidikan di SMA, memanfaatkan berbagai media sosial yaitu X, TikTok, Instagram, dan Telegram untuk mencari informasi mengenai program studi pilihan. Tema kedua menjelaskan bagaimana mahasiswa mengumpulkan informasi dari media sosial X, TikTok, Instagram, dan Telegram yang berpengaruh pada pilihan program studi mereka dan tema ketiga menjelaskan mahasiswa berusaha mendapatkan tambahan informasi dari sumber lainnya untuk meyakinkan keputusan mereka. Tema keempat menunjukkan bahwa mahasiswa menyadari bahwa beberapa informasi dari sumber tidak resmi bersifat subjektif dan memanfaatkan informasi tersebut untuk mengonfirmasi informasi yang mereka terima. Tema kelima menjelaskan bahwa pengalaman mahasiswa baru Universitas Diponegoro tahun 2023 dalam menggunakan media sosial sebagai sumber informasi telah terpenuhi, meskipun masih terdapat beberapa unsur lainnya pada kebutuhan informasi para mahasiswa yang belum terpenuhi setelah berinteraksi di media sosial.

Kata kunci: Mahasiswa baru; media sosial; penentuan program studi; pengalaman informasi

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam perilaku masyarakat dalam mencari dan mengonsumsi informasi, termasuk dalam konteks pendidikan tinggi. Media sosial kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga telah berkembang menjadi sumber informasi utama yang dapat menyaingi mesin pencarian konvensional. Hal ini didukung oleh kemampuan media sosial untuk menyajikan informasi dalam berbagai format multimedia yang lebih menarik dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Berdasarkan laporan *We Are Social* tahun 2023, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 167 juta orang, menandakan tingginya pemanfaatan media sosial dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia.

Media sosial, menurut Boyd (2009), merupakan kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan penggunaannya untuk berkomunikasi, bertukar informasi, membangun komunitas, hingga berkolaborasi dan berkompetisi. Salah satu karakteristik utama media sosial adalah adanya *user generated content (UGC)*, di mana konten dapat dihasilkan langsung oleh pengguna, bukan hanya oleh institusi media massa. Fenomena ini dimanfaatkan oleh berbagai pihak, baik institusi formal, informal, maupun individu, untuk menciptakan dan menyebarkan konten edukatif, termasuk informasi mengenai pendidikan tinggi dan program studi. Akun-akun resmi perguruan tinggi seperti @univ_indonesia, @undip_official, @ugm.yogyakarta di Instagram, serta akun individu seperti @infomasukptn dan @smarteducafe, menjadi rujukan utama bagi calon mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan informasi terkait perguruan tinggi dan program studi. Mahasiswa baru Universitas Diponegoro tahun 2023, yang berjumlah sekitar 12.879 orang, digolongkan sebagai generasi *digital native*, yaitu generasi yang tidak terlepas dari teknologi dan selalu menginginkan akses informasi secara instan dan online. Generasi ini lebih memilih informasi yang disajikan secara visual dan interaktif, serta mengutamakan media sosial sebagai sarana utama dalam berinteraksi dengan informasi. Dukungan perangkat elektronik pribadi dan layanan internet semakin memperkuat kecenderungan ini, sehingga media sosial menjadi media utama dalam pemenuhan kebutuhan informasi mereka.

Dari perspektif pengalaman informasi, interaksi calon mahasiswa dengan informasi mengenai pemilihan program studi dapat menghasilkan pemaknaan terhadap fenomena yang dialami, baik dalam hal penemuan, eksplorasi, maupun pemanfaatan informasi tersebut. Setiap individu memiliki pengalaman informasi yang unik, tergantung pada jenis informasi yang ditemukan dan cara interaksi yang dilakukan. Namun, penelitian terdahulu masih terbatas dalam mengkaji secara mendalam pengalaman informasi mahasiswa baru dalam menggunakan media sosial sebagai sarana penentuan program studi. Sebagian besar penelitian sebelumnya hanya berfokus pada penggunaan media sosial tertentu atau belum mengeksplorasi berbagai bentuk informasi yang dimanfaatkan mahasiswa dalam proses pengambilan keputusan akademik. Selain itu, terdapat pula kesenjangan dalam populasi penelitian, di mana beberapa penelitian lebih menyoroti masyarakat umum, bukan secara khusus mahasiswa baru.

Artikel yang ditulis oleh Putri dan Dewi (2019) menyuguhkan temuan bahwa media sosial Instagram dimanfaatkan oleh mahasiswa baru sebagai sarana penelusuran informasi yang berkaitan dengan perguruan tinggi. Kajian tersebut menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dan menghasilkan

empat tema yang berkaitan dengan pengalaman mahasiswa dalam memanfaatkan Instagram untuk memilih perguruan tinggi, yaitu motivasi mahasiswa menggunakan media sosial Instagram dalam memilih perguruan tinggi, aksesibilitas informasi, temuan informasi, serta kedudukan media sosial Instagram dalam perspektif mahasiswa baru Universitas Diponegoro sebagai media penentu pilihan perguruan tinggi. Perihal tersebut menunjukkan bahwasanya media sosial telah lama menjelma menjadi kompas yang memandu mahasiswa baru dalam mengambil keputusan akademiknya; namun, telaah yang ada masih berkisar pada pilihan perguruan tinggi sebagai satu kesatuan lembaga dan bertumpu pada Instagram sebagai kanal tunggal, sementara keputusan yang lebih spesifik, yakni penentuan program studi, serta keragaman platform yang menyertainya belum banyak tersentuh.

Di titik inilah kebaruan ilmiah artikel ini berpijak, yaitu pada eksplorasi pengalaman informasi mahasiswa baru Universitas Diponegoro tahun 2023 dalam menggunakan media sosial sebagai sarana penentuan program studi, dengan menyoroti bagaimana mahasiswa baru mengakses, memaknai, dan memanfaatkan informasi dari berbagai platform media sosial dalam proses pengambilan keputusan akademik mereka. Berangkat dari celah tersebut, permasalahan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana pengalaman informasi mahasiswa baru Universitas Diponegoro tahun 2023 ketika menggunakan media sosial dalam menentukan program studi yang dipilih. Berdasarkan permasalahan tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sekaligus mengeksplorasi pengalaman informasi yang dialami mahasiswa baru Universitas Diponegoro tahun 2023 dalam menggunakan media sosial sebagai sarana penentuan program studi mereka.

2. Landasan Teori

2. 1. Pengalaman Informasi

Pengalaman informasi adalah konsep yang masih baru sehingga pengetahuan dalam bidang ini masih terbatas. Namun, pengalaman itu sendiri dapat didefinisikan dalam berbagai cara. Secara umum, pengalaman adalah keadaan atau fakta ketika seseorang terpengaruh atau memperoleh pengetahuan melalui pengamatan langsung atau keterlibatan dalam suatu hal. Sementara itu dalam penelitian Bruce et al. (2014), pengalaman informasi adalah keterlibatan individu dengan informasi dalam kehidupan mereka yang terdiri dari bagaimana mereka mengalami, memaknai, dan berinteraksi dengan informasi. Konsep ini berkembang dari penelitian literasi informasi dan fenomenologi yang berusaha memahami cara individu mengalami informasi dalam berbagai pendekatan. Penelitian juga menemukan bahwa pengalaman informasi tidak dapat disamakan dengan perilaku informasi. Perilaku informasi berfokus pada tindakan pencarian dan penggunaan informasi sedangkan pengalaman informasi lebih menyoroti bagaimana seseorang mengalami informasi secara keseluruhan.

Dalam pengalaman informasi, terdapat dua pemahaman utama yaitu konsep a posteriori dan konsep a priori yang muncul akibat perbedaan dalam mendefinisikan informasi itu sendiri. Konsep a posteriori mendefinisikan pengalaman informasi sebagai pengalaman seseorang yang menerima atau merasakan informasi dalam berbagai bentuk dalam kehidupan sehari-hari tanpa batasan spesifik terhadap jenis atau sumber informasi. Pemahaman posterior memungkinkan segala sesuatu yang dianggap informatif oleh

individu untuk dikategorikan sebagai pengalaman informasi. Namun, hal tersebut terlalu luas batasannya hingga hampir semua aspek pengalaman manusia sehingga sulit untuk membedakannya dari pengalaman manusia secara umum. Sementara itu, konsep a priori menganggap pengalaman informasi sebagai interaksi seseorang dengan produk komunikasi yang telah ditentukan sebelumnya seperti teks, gambar, suara, atau media lainnya. Pendekatan a priori lebih terfokus pada pengalaman seseorang dalam menggunakan dan mengakses informasi yang memang dirancang untuk dikomunikasikan. Konsep a priori dianggap lebih tepat digunakan karena lebih konsisten dalam memiliki batasan dalam pengalaman informasi pada interaksi dengan entitas informasi yang dapat diidentifikasi secara objektif.

Namun meski demikian, menurut penelitian Gorizhanaz (2023), konsep a posteriori juga penting, karena baik a posteriori dan a priori dapat saling melengkapi dalam memahami pengalaman informasi. Pendekatan a posteriori tetap memiliki nilai penting karena diperlukan untuk mengamati perubahan dunia dan menemukan bentuk-bentuk baru dari informasi yang dapat dipertimbangkan serta diintegrasikan ke dalam LIS. Temuan dari penelitian a posteriori ini nantinya bisa digunakan sebagai dasar dalam penelitian a priori di masa depan.

Pengalaman informasi juga berkaitan dengan aspek kognitif dan faktor emosional, fisik, dan sosial. Dalam seni dan kreativitas, pengalaman informasi dapat terdiri atas keterlibatan tubuh dan pikiran yang menunjukkan bahwa informasi tidak selalu hadir dalam bentuk teks atau media digital. Pengalaman informasi juga dapat mempengaruhi seseorang. Informasi yang buruk dapat memengaruhi efektivitas kerja dan kepuasan pengguna terhadap sistem informasi dalam organisasi. Sebaliknya, pengalaman informasi yang baik dapat meningkatkan efisiensi komunikasi dan transfer pengetahuan dalam masyarakat.

2. 2. Media Sosial sebagai Media untuk Memilih Program Studi

Media sosial adalah istilah yang meliputi situs jejaring sosial dan platform bertukar pesan (Wartberg et al., 2020). Jejaring sosial merupakan situs di mana setiap orang dapat membuat situs pribadi, kemudian terhubung dengan banyak orang untuk berbagi informasi dan berkomunikasi, contohnya adalah Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, dan lain-lain. Melalui media sosial ini pula, masyarakat banyak melakukan penemuan ataupun pencarian informasi, karena setiap pengguna media sosial diberikan fitur untuk memberikan kontribusi berupa timbal balik, komentar, dan berbagi. Melalui media sosial, batas-batas dihapuskan, setiap pengguna tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, menyebabkan media sosial menjadi harta karun bagi masyarakat. Media sosial dan perkembangannya memberikan banyak kemudahan, membuat masyarakat bergantung pada media sosial dalam memenuhi kebutuhannya.

Penelitian Constantinides dan Fountain (2008) menunjukkan beberapa lembaga bersedia memasukkan media sosial sebagai salah satu strategi pemasaran mereka karena media sosial mampu memengaruhi pengguna media sosial dalam menentukan keputusan bahwa proses penentuan keputusan oleh pengguna lebih berpengaruh dibandingkan kontrol suatu lembaga secara umum (Galan, et al., 2015). Hal ini menunjukkan proses pengambilan keputusan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari sangat dipengaruhi oleh media sosial. Dalam Shamsudin (2019), Selvarajah dan Sajilan (2014) menyatakan konten

media sosial kini telah menjadi informasi yang penting untuk diperiksa oleh para calon mahasiswa baru yang sedang mencari universitas yang mereka tuju, dan penting bagi mereka untuk membuat pilihan yang tepat ketika menentukan tujuan universitas. Pendapat tersebut didukung oleh Hajli (2014), bahwa media sosial cukup efektif dalam memengaruhi penggunaan atau niat membeli seorang pelanggan. Rutter (2016) menunjukkan bahwa kehadiran media sosial di sekitar calon mahasiswa baru dapat memberikan dampak positif pada penerimaan mahasiswa, terutama ketika universitas berinteraksi secara langsung dengan calon mahasiswa baru melalui akun resmi dan dapat segera menanggapi pertanyaan atau komentar yang mereka terima.

Oleh karena itu, peran media sosial cukup membantu bagi pihak universitas untuk menjangkau calon mahasiswa baru. Constantinides (2012), menambahkan bahwa perguruan tinggi perlu mengembangkan strategi pendekatan mereka terhadap mahasiswa baru dengan memanfaatkan media sosial. Ia juga menambahkan beberapa perguruan tinggi di Eropa telah menambahkan media sosial sebagai salah satu bentuk sumber informasi rekrutmen mahasiswa baru. Beberapa perguruan tinggi lainnya menghadirkan fitur-fitur yang dapat dimanfaatkan mahasiswa baru untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan terkait dengan perguruan tinggi yang hendak mereka tuju. Melalui media sosial, pihak perguruan tinggi dapat menarik perhatian mahasiswa baru dan melibatkan mereka ke dalam komunikasi yang menyangkut sesama mahasiswa baru lainnya.

2. 3. Mahasiswa sebagai Digital Native

Di era saat ini, mahasiswa baru yang didominasi digital native, tumbuh dan hidup di antara perkembangan teknologi tentunya akan memanfaatkan media sosial sebagai tempat mereka menemukan informasi yang mereka butuhkan. Para mahasiswa, baik perempuan maupun laki-laki menyatakan perasaan, ide, gambar, informasi pribadi, video, dan beragam data lainnya melalui media sosial (Hameed et al., 2022). Hal tersebut memberikan gambaran bahwa media sosial menyediakan tempat virtual bagi mereka untuk mengeksplor ketertarikan atau isu-isu yang mereka sukai, khususnya dalam bidang akademik. Karena kelebihannya dalam komunikasi di internet, para mahasiswa baru yang merasa canggung untuk berbicara di depan publik dapat berpartisipasi dalam diskusi yang berkaitan dengan bidang akademik maupun pencarian perguruan tinggi di media sosial (Sola dan Zia, 2021).

Mahasiswa baru dianggap menjadi target ideal bagi media sosial di bidang pemasaran, karena mereka memanfaatkan berbagai bentuk konten yang ada dalam media sosial untuk memengaruhi opini dan pilihan mereka terhadap perguruan tinggi. Dalam Sola dan Zia (2021), Reddy (2014) menyatakan bahwa berdasarkan beberapa akademi, sebagian besar mahasiswa internasional menggunakan media sosial untuk membantu mereka memilih perguruan tinggi tujuannya. Media sosial sebagai platform bagi penggunaanya dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan, berbagi, atau bertukar informasi dan berinteraksi secara global, hingga media sosial mampu berkembang sebagai komponen pemasaran penting bagi proses penerimaan mahasiswa baru di perguruan tinggi.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Metode kualitatif dipilih karena mampu menggali secara mendalam pengalaman subjektif mahasiswa baru Universitas Diponegoro tahun 2023 dalam menggunakan media sosial sebagai sarana penentuan program studi. Pendekatan fenomenologi digunakan untuk memahami dan menginterpretasikan makna pengalaman informasi yang dialami oleh para informan penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap mahasiswa baru Universitas Diponegoro tahun 2023 yang telah menggunakan media sosial dalam proses pemilihan program studi. Informan penelitian dipilih secara *purposive sampling*, yaitu berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Pedoman wawancara disusun untuk membantu peneliti dalam menggali informasi yang dibutuhkan secara sistematis dan mendalam.

Data yang diperoleh dari wawancara kemudian dianalisis menggunakan teknik *thematic analysis*. Analisis ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menginterpretasikan tema-tema utama yang muncul dari hasil wawancara. Proses analisis tematik bertujuan untuk menemukan pola-pola pengalaman informasi yang dialami mahasiswa baru, mulai dari preferensi bentuk media sosial, proses pengumpulan dan pemantauan informasi, konfirmasi informasi, hingga pemenuhan kebutuhan informasi melalui media sosial. Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai pengalaman informasi mahasiswa baru Universitas Diponegoro tahun 2023 dalam menggunakan media sosial sebagai sarana penentuan program studi.

4. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi pengalaman informasi mahasiswa baru Universitas Diponegoro tahun 2023 dalam memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi dalam menentukan program studi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap 12 informan dengan latar belakang berbeda, kemudian dianalisis menggunakan teknik *thematic analysis*. Dari hasil analisis, ditemukan lima tema utama yang menggambarkan pengalaman informasi mahasiswa, yaitu: (1) preferensi terhadap media sosial, (2) pengumpulan informasi, (3) pemantauan informasi, (4) konfirmasi informasi, dan (5) pemenuhan kebutuhan informasi.

4.1. Preferensi Mahasiswa terhadap Media Sosial sebagai Sumber Informasi

Mahasiswa baru Universitas Diponegoro menunjukkan kecenderungan memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti TikTok, Instagram, X (Twitter), LINE, dan Telegram untuk mencari informasi terkait program studi. Preferensi ini sangat dipengaruhi oleh identitas generasi Z yang sudah akrab dengan media sosial sejak dini. Informasi visual dan audio, seperti yang disajikan di TikTok dan Instagram, menjadi pilihan utama karena dianggap lebih nyata, mudah dibayangkan, dan efisien dalam menyampaikan poin-poin penting. Sebagaimana diungkapkan oleh informan:

“... Terus kalau misalnya, karena waktu itu tuh menurutku ya, aku kan nyari-nyari juga kan di TikTok, Instagram, karena (aku) GEN Z kan. Jadi kayak di apa namanya, di TikTok tuh jurusan-jurusan tuh

udah punya kayak, kalau Undip di FEB udah punya kayak akun Instagramnya sendiri ...” (Informan keenam, 25 Juni 2024)

Selain itu, beberapa mahasiswa lebih memilih bentuk informasi tulisan yang tersedia di X (Twitter) dan Telegram karena dapat dibaca ulang, lebih ringkas, dan mudah dipahami tanpa gangguan iklan. Diskusi informal di grup Telegram juga dinilai efektif untuk mendapatkan penjelasan sederhana dan interaktif.

4.2. Pengumpulan Informasi tentang Program Studi Pilihan

Pengumpulan informasi dilakukan secara aktif melalui berbagai fitur media sosial, seperti grup, *channel*, dan akun resmi universitas atau fakultas. Mahasiswa memanfaatkan komunitas di media sosial untuk memperoleh referensi bacaan, pengalaman akademik, gambaran mata kuliah, prospek kerja, hingga informasi tentang organisasi kemahasiswaan.

“Jadi setelahnya aku cari di media sosial kayak di Google atau di Telegram, di grupnya gitu. ... Ada grup psikologi, grup mental health, grup filsafat.” (Informan kedua, 14 Juni 2024)

Selain itu, mahasiswa juga membandingkan informasi daya tampung, nilai rata-rata penerimaan, dan peluang masuk antar program studi dari akun resmi maupun komunitas sebagai bahan pertimbangan sebelum menentukan pilihan akhir.

4.3. Pemantauan Informasi Program Studi di Media Sosial

Pemantauan informasi dilakukan secara pasif maupun aktif. Mahasiswa mengikuti perkembangan terbaru melalui algoritma media sosial yang menampilkan konten relevan di linimasa mereka, baik dari akun resmi maupun content creator. Konten berupa *daily vlog*, pengalaman mahasiswa, hingga penjelasan tentang mata kuliah sangat membantu mahasiswa dalam memahami kehidupan akademik di program studi tujuan.

“... Informasinya tuh luas juga dan banyak, jadi kayak lebih menarik aja gitu karena ada video-videonya, apalagi kayak misalkan ada yang sambil daily vlog gitu sebagai mahasiswa, ya mahasiswa kesmas atau gizi, ...” (Informan keduabelas, 26 Agustus 2024)

Setelah berinteraksi dengan informasi, mahasiswa melakukan pemantauan informasi yang mereka manfaatkan untuk mengenal program studi pilihannya secara lebih spesifik. Dari proses pemantauan informasi ini, mahasiswa dapat memperoleh konten informasi dari content-creator, kolom komentar suatu konten, dan berdasarkan algoritma yang merupakan bagian kecil dari informasi mengenai program studi secara keseluruhan, namun tetap dapat mempengaruhi pilihan program studi mahasiswa dengan informasi yang dikemas dalam konten tersebut.

4.4. Konfirmasi Informasi Program Studi Pilihan

Informasi mengenai program studi yang diperoleh mahasiswa melalui media sosial perlu diverifikasi kredibilitasnya, mengingat media sosial memungkinkan siapa saja membagikan informasi tanpa batasan. Proses konfirmasi informasi umumnya diawali dengan rasa ingin tahu, diikuti pencarian dan pengecekan ulang terhadap berbagai sumber untuk memastikan kebenaran informasi. Mahasiswa

cenderung membandingkan informasi dari berbagai perspektif, termasuk pengalaman alumni dan profesional, namun tetap mewaspadaai informasi dari akun anonim atau tidak resmi yang berpotensi kurang valid.

“... kayaknya aku masih perlu konsultasi nih gitu, buat memastikan lebih lanjut apakah informasi ini udah bisa membantu aku banget atau belum gitu.” (Informan kesebelas, 25 Agustus 2024)

Meskipun diskusi di media sosial dapat memberikan gambaran umum mengenai program studi, mahasiswa tetap melakukan verifikasi lanjutan, misalnya dengan memanfaatkan fitur pencarian dan berkonsultasi dengan pihak terkait. Melalui proses ini, mahasiswa dapat memperoleh pemahaman yang lebih objektif dan menghindari keputusan berdasarkan informasi yang tidak akurat atau bias.

4. 5. Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa terkait program studi sangat dipengaruhi oleh preferensi, proses interaksi informasi, serta ketersediaan dan keaktifan sumber informasi, khususnya di media sosial. Ketidakaktifan media sosial resmi program studi dapat menyebabkan mahasiswa kesulitan melakukan verifikasi informasi, sehingga menimbulkan ketidakpuasan dan mendorong mereka mencari informasi tambahan melalui mesin pencari atau situs resmi. Sebaliknya, program studi yang aktif melakukan branding dan menyediakan informasi secara konsisten di media sosial cenderung meningkatkan kepuasan mahasiswa dalam proses pencarian informasi. Selain itu, algoritma media sosial yang menyesuaikan konten dengan minat pengguna juga dapat membantu mahasiswa memperoleh informasi yang relevan dan memadai mengenai program studi pilihannya.

Secara umum, mahasiswa merasa kebutuhan informasinya terpenuhi melalui media sosial, terutama terkait gambaran umum program studi, pengalaman mahasiswa, dan peluang karier. Namun, beberapa mahasiswa mengakui masih membutuhkan informasi lebih detail yang terkadang hanya bisa didapatkan melalui sumber lain seperti dosen, mahasiswa lama, atau alumni.

Pembahasan Ilmiah

Perkembangan teknologi dan informasi membuat siapa saja kini dapat memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sumber informasi selain mesin pencarian. Media sosial memiliki keunggulan akses informasi tanpa batas dan dimanfaatkan sebagai media hiburan, di samping dimanfaatkan sebagai media interaksi informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pendidikan. Hal tersebut membuat mahasiswa yang awalnya menggunakan media sosial untuk memperoleh hiburan, kini memanfaatkannya untuk mencari informasi yang mereka butuhkan mengenai program studi pilihannya.

Media sosial resmi perguruan tinggi dan program studi tertentu mulai menyadari pentingnya keaktifan media sosial, sehingga di masa kini, calon mahasiswa dapat memperoleh informasi yang mereka butuhkan mengenai program studi pilihannya di media sosial. Beberapa media sosial yang dimanfaatkan oleh mahasiswa (yang sebelumnya mengenyam pendidikan SMA) yaitu TikTok, X, Instagram, Youtube, dan Telegram. Mahasiswa memilih untuk menggunakan media sosial tersebut karena mereka merasa

familiar dengan media sosial yang telah mereka gunakan sehari-hari, berselancar di media sosial membuat mahasiswa terbiasa dalam menggunakan media sosial tersebut dan memanfaatkan informasi di dalamnya. Selain itu, interaksi informasi yang terjadi di media sosial tidak terkesan kaku dan mudah dipahami oleh mahasiswa, hanya dibedakan berdasarkan durasi bentuk informasi yang terkandung dalam media sosial tersebut. Beberapa di antaranya menaruh minat pada bentuk informasi audio-visual berdurasi pendek karena sudah merangkum keseluruhan informasi yang ia butuhkan dalam waktu yang singkat, sementara mahasiswa lainnya menaruh minat pada bentuk informasi audio-visual berdurasi panjang karena informasi yang terkandung detail dan sesuai dengan kebutuhan yang ia miliki mengenai program studi pilihannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wibawa, et al. (2023) yang menyatakan Instagram, X, TikTok, dan Youtube sebagai media sosial yang banyak digunakan oleh siswa SMAN 1 Blitar untuk menemukan informasi mengenai studi lanjut dalam penelitiannya.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa setelah berinteraksi dengan informasi yang mahasiswa butuhkan di media sosial, mahasiswa mengumpulkannya dan menjadikannya sebagai sumber informasi utama mengenai program studi pilihannya. Salah satu cara mahasiswa untuk memperoleh informasi yang ia butuhkan selain berselancar di media sosial adalah bergabung dengan komunitas yang sesuai dengan program studi pilihannya. Mahasiswa dapat memperoleh beragam informasi, contohnya informasi mengenai prospek pekerjaan, referensi bacaan, organisasi, mata kuliah, skor UTBK atau nilai SNBP, dan informasi mengenai daya tampung program studi pilihannya. Informasi yang diperoleh mahasiswa dari akun resmi fakultas atau program studi dapat memuat pengalaman perkuliahan secara singkat yang umumnya dikemas dalam bentuk audio-visual berdurasi pendek. Hasil penelitian tersebut diperkuat oleh penelitian Galan, et al. (2015) yang menjelaskan bahwa tujuan mahasiswa menggunakan media sosial adalah untuk menemukan informasi mengenai kehidupan sehari-hari mahasiswa dan membaca ulasan yang ditulis oleh alumni. Mahasiswa menggunakan media sosial agar mereka dapat menemukan informasi dengan cakupan yang luas, termasuk informasi yang edukatif dan bersifat profesional, maupun informasi yang memuat gaya hidup di perguruan tinggi secara umum. Pada artikel tersebut, mahasiswa juga berharap dapat menemukan informasi mengenai mata kuliah, besaran uang kuliah, dan opsi pekerjaan setelah lulus dari perguruan tinggi.

Pemantauan informasi program studi mahasiswa dilakukan dengan tujuan agar mahasiswa tetap mendapat informasi yang diunggah oleh *content-creator* di media sosial atau informasi yang didapatkan secara pasif berdasarkan algoritma media sosial. Media sosial dapat mengumpulkan data mengenai akun, topik yang disukai oleh suatu akun, dan topik terkini yang sedang tren di media sosial tersebut, kemudian mendeteksinya menjadi suatu rutinitas dan memberikan bermacam-macam konten yang sesuai dengan data yang telah dikumpulkan. Algoritma media sosial dapat menghadirkan berbagai macam konten yang diciptakan oleh *content-creator* di media sosial mengenai suatu program studi, semakin banyak mahasiswa berinteraksi dengan konten tersebut, maka konten sejenis akan lebih banyak dimunculkan pada linimasa media sosial mahasiswa tersebut. Mahasiswa dapat memanfaatkan fitur komentar untuk memperoleh informasi yang lebih detail mengenai program studi pilihannya, fitur komentar juga dapat menjadi wadah

pertukaran informasi antar pengguna di media sosial. Melalui informasi tersebut, mahasiswa mendapatkan informasi baru mengenai program studi pilihannya dan mampu menambah keyakinan mahasiswa akan program studi pilihannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan artikel yang ditulis Yates (2015), yang menyatakan tindakan pemantauan informasi mengacu pada kegiatan penemuan informasi secara kebetulan dalam kehidupan sehari-hari. Informasi yang ditemukan masyarakat pada tahap pemantauan dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan pemahaman mereka terhadap suatu fenomena. Penelitian ini sejalan pula dengan penelitian milik Miller et al. (2019) yang menjelaskan bahwa media sosial menyediakan kesempatan bagi penggunanya untuk melakukan pemantauan informasi secara aktif, yaitu dengan mengikuti akun-akun yang dapat memenuhi kebutuhan informasi pengguna dan memperoleh informasi melalui obrolan di linimasa media sosial tersebut. Pengguna juga dapat memantau informasi melalui topik yang tidak sengaja melewati linimasa, dan hanya membaca dan tenggelam ke dalam topik unggahan di media sosial tersebut tanpa berpartisipasi secara langsung.

Konfirmasi oleh mahasiswa Universitas Diponegoro tahun 2023 dilakukan terhadap informasi mengenai program studi pilihan yang mereka dapatkan dari media sosial. Karena informasi yang tersebar dapat diunggah oleh seluruh pengguna media sosial tanpa adanya syarat khusus, maka kualitas informasi yang tersebar dari sumber tidak resmi sebaiknya perlu dipastikan kembali. Beberapa mahasiswa membutuhkan informasi lebih dari yang mereka miliki, maka mereka akan berusaha memperoleh informasi dari berbagai macam sumber untuk memenuhi kebutuhannya. Hal tersebut yang mendukung mahasiswa untuk berinisiatif mencari informasi lebih lanjut dengan memanfaatkan berbagai sumber, baik sumber di media sosial maupun sumber di luar media sosial seperti situs web resmi di mesin pencarian, keluarga, dan guru BK. Sebagian mahasiswa juga dapat memanfaatkan kolom pencarian untuk memasukkan kata kunci spesifik yang berkaitan dengan program studi pilihannya sehingga memudahkan proses interaksi dengan informasi yang mereka butuhkan karena hasil pencariannya telah disaring sesuai dengan kata kunci yang dimasukkan. Mahasiswa juga telah memahami bahwa informasi yang beredar di media sosial, khususnya yang tidak diciptakan oleh akun resmi universitas, fakultas, atau program studi bersifat subjektif dan dapat diciptakan oleh mahasiswa dari program studi yang sama dengan universitas yang berbeda, sehingga mereka sadar untuk meragukan kualitas informasi yang mereka dapatkan dan memanfaatkan informasi yang tidak dapat dinilai kredibilitasnya hanya sebagai gambaran umum dalam program studi pilihannya. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian milik Kim et al. (2016) yang menyatakan mahasiswa melakukan banding antara informasi yang mereka temukan dari media sosial dengan sumber eksternal yang resmi. Mahasiswa dinilai memiliki rasa ingin tahu lebih lanjut sehingga memiliki keinginan untuk melakukan banding atas informasi yang telah ia temukan dari media sosial. Di artikel yang sama, Kim (2016), menyebutkan bahwa mahasiswa juga melihat konsistensi yang ada pada informasi yang tersebar di berbagai sumber dan melihat reaksi pengguna lainnya terhadap informasi tersebut, karena informasi yang tersedia di media sosial mengizinkan pengguna untuk memberikan komentar, sehingga siapa saja dapat mengakses ulasan yang tercantum pada suatu konten di media sosial.

Pemenuhan informasi yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Diponegoro tahun 2023 terhadap informasi mengenai program studi pilihan dilakukan sebagai tahap akhir proses interaksi mahasiswa dengan informasi di media sosial. Pada tahap ini, mahasiswa merasa kebutuhan informasi mengenai program studi pilihannya di media sosial terpenuhi dan tidak terpenuhi. Mahasiswa yang beranggapan kebutuhan informasinya terpenuhi umumnya dinyatakan oleh mahasiswa dengan program studi yang memiliki banyak peminat, sehingga informasi tentang program studi tersebut banyak beredar di media sosial. Selain itu, mahasiswa juga dapat merasa cukup dengan informasi yang ia peroleh karena ia tidak merasa membutuhkan banyak informasi tentang program studi pilihannya. Fenomena kebutuhan informasi yang terpenuhi ini didukung oleh penelitian Bahati (2015) yang menjelaskan media sosial membantu mahasiswa untuk berinteraksi dengan suatu informasi. Melalui media sosial tersebut, mahasiswa dapat memperoleh, berbagi, bertanya, dan memastikan suatu informasi yang beredar di media sosial hingga kebutuhan informasinya terpenuhi. Sedangkan bagi mahasiswa yang tidak terpenuhi kebutuhan informasinya disebabkan oleh ketidakaktifan media sosial resmi program studi pilihannya, sehingga mahasiswa tersebut kembali pada tahap pemantauan dan memanfaatkan informasi dari sumber eksternal media sosial. Mahasiswa lainnya juga menjadikan akun media sosial resmi perguruan tinggi luar negeri sebagai standar, sehingga ia menyadari bahwa ada kesenjangan antara informasi yang diperoleh dari media sosial resmi pilihannya, dengan media sosial resmi perguruan tinggi luar negeri yang ia ketahui. Penelitian yang dilakukan oleh Assimakopoulos, et al. (2017), menyatakan kebutuhan informasi mahasiswa belum terpenuhi karena efektivitas media sosial resmi perguruan tinggi masih sangat terbatas dan perlu dilakukannya pengembangan strategi pemasaran oleh pihak perguruan tinggi untuk calon mahasiswa. Penelitian tersebut juga menjelaskan pengaruh media sosial yang rendah dalam mengarahkan calon mahasiswa pada pilihan perguruan tingginya masing-masing, sehingga media sosial resmi perguruan tinggi perlu dibuat interaktif dan menarik perhatian mahasiswa agar berpartisipasi lebih aktif dalam proses interaksi informasi.

Preferensi mahasiswa Universitas Diponegoro tahun 2023 terhadap media sosial sebagai sumber informasi menjadi faktor utama dalam menentukan pola pencarian informasi akademik, khususnya terkait program studi pilihan. Mahasiswa cenderung memilih media sosial karena kemudahan akses, bentuk informasi yang lebih menarik, serta interaktivitas yang memungkinkan mereka berkomunikasi langsung dengan sumber informasi atau sesama calon mahasiswa. Preferensi ini kemudian mendorong mereka untuk melakukan pengumpulan informasi, di mana mahasiswa secara aktif mencari dan mengakses berbagai konten terkait program studi, baik melalui akun resmi perguruan tinggi maupun akun non-resmi yang membahas seleksi masuk perguruan tinggi.

Setelah memperoleh informasi awal, mahasiswa memasuki tahap pemantauan, di mana mereka secara pasif menerima informasi tambahan melalui algoritma media sosial yang menampilkan konten serupa berdasarkan aktivitas pencarian sebelumnya. Pemantauan ini memungkinkan mahasiswa untuk terus mendapatkan pembaruan terkait program studi, baik dalam bentuk testimoni mahasiswa senior, diskusi di forum daring, maupun konten promosi dari institusi akademik. Namun, informasi yang diperoleh dari media

sosial tidak selalu bersumber dari pihak resmi, sehingga mahasiswa perlu melakukan konfirmasi terhadap informasi yang mereka temukan. Konfirmasi dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber, termasuk situs resmi universitas dan pengalaman mahasiswa lain guna memastikan keakuratan serta kredibilitas informasi yang diterima.

Tahapan terakhir dalam proses ini adalah pemenuhan kebutuhan informasi, di mana mahasiswa menilai apakah informasi yang telah dikumpulkan, dipantau, dan dikonfirmasi sudah cukup untuk mendukung keputusan mereka dalam memilih program studi. Jika informasi yang diperoleh dianggap memadai dan dapat dipercaya, mahasiswa akan merasa yakin dengan pilihannya. Sebaliknya, jika masih terdapat ketidakjelasan atau ketidaksesuaian informasi, mereka akan kembali mencari sumber tambahan untuk memastikan keputusan akademik yang lebih tepat. Dengan demikian, keterkaitan antara preferensi, pengumpulan, pemantauan, konfirmasi, dan pemenuhan informasi membentuk suatu alur sistematis dalam pengalaman informasi mahasiswa Universitas Diponegoro tahun 2023 dalam menentukan program studi melalui media sosial.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengalaman informasi mahasiswa Universitas Diponegoro dalam menggunakan media sosial untuk menentukan program studi, rumusan masalah yang telah ditentukan telah terjawab. Mahasiswa informan pada penelitian ini yang pada tahun sebelumnya mengenyam pendidikan di SMA, memanfaatkan berbagai media sosial seperti X, TikTok, Instagram, dan Telegram untuk mencari informasi mengenai program studi pilihannya. Mereka mengumpulkan informasi dari media sosial yang berpengaruh pada pilihan program studi mereka. Menariknya, dengan cara ini justru mahasiswa mencari informasi terbaru dan berusaha mendapatkan tambahan informasi melalui sumber tidak resmi di media sosial (*unofficial account*) untuk memperkuat pilihan mereka.

Mahasiswa pun menyadari bahwa beberapa informasi dari sumber tidak resmi bersifat subjektif dan memanfaatkan informasi tersebut untuk mengkonfirmasi informasi yang mereka terima. Mereka tidak sepenuhnya percaya pada informasi dari media sosial dan lebih memilih menggunakannya sebagai gambaran umum tentang kehidupan di perguruan tinggi. Pengalaman mereka dalam menggunakan media sosial sebagai sumber informasi tentang pilihan program studi sudah cukup memuaskan dahaga kebutuhan informasi mereka, meskipun masih terdapat kebutuhan informasi lain yang belum terpenuhi setelah berinteraksi dengan informasi di media sosial.

Daftar Pustaka

- Boyd, D. (2009). Social media is here to stay... Now what?. *Microsoft Research Tech Fest*, 5.
- Bruce, C., Davis, K., Hughes, H., Partridge, H., & Stoodley, I. (2014a). Information experience: Contemporary perspectives. *Library and Information Science*, 9, 3–15. <https://doi.org/10.1108/S1876-05622014000010001>

- Bruce, C., Davis, K., Hughes, H., Partridge, H., & Stoodley, I. (2014b). Information experience: New perspectives and research directions. *Information Experience: Approaches to Theory and Practice*, 315–320. <https://doi.org/10.1108/s1876-056220140000010016>
- Bruce, C. S., & Partridge, H. (2011). *Re-conceptualising and re-positioning Australian library and information science education for the 21st century View project Empowerment in Online Communities: a Special Investigation of Indonesian Migrant Domestic Workers View project*. <https://www.researchgate.net/publication/277788322>
- Bunce, S., Partridge, H., & Davis, K. (2012). Exploring information experience using social media during the 2011 Queensland floods: A pilot study. *Australian Library Journal*, 61(1), 34–45. <https://doi.org/10.1080/00049670.2012.10722300>
- Constantinides, E., & Fountain, S. J. (2008). Web 2.0: Conceptual foundations and marketing issues. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 9, 231–244. <https://doi.org/10.1057/palgrave.ddmp.4350098>
- Constantinides, E., & Stagno, M. C. Z. (2012). Higher education marketing: A study on the impact of social media on study selection and university choice. *International Journal of Technology and Educational Marketing (IJTEM)*, 2(1), 41–58. <https://www.narcis.nl/publication/RecordID/oai%3Aris.utwente.nl%3Apublications%2F89552da6-1df6-4750-a659-11d030bf2c34>
- Galan, M., Lawley, M., & Clements, M. (2015). Social media's use in postgraduate students' decision-making journey: an exploratory study. *Journal of Marketing for Higher Education*, 25(2), 287–312. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/08841241.2015.1083512>
- Gorichanaz, T. (2023a). On the two conceptualizations of information experience as an object of study: a response to Yu and Liu. *Journal of Documentation*, 79(3), 635–640. <https://doi.org/10.1108/JD-07-2022-0141>
- Gorichanaz, T. (2023b). On the two conceptualizations of information experience as an object of study: a response to Yu and Liu. *Journal of Documentation*, 79(3), 635–640. <https://doi.org/10.1108/JD-07-2022-0141>
- Hajli, M. N. (2014). A study of the impact of social media on consumers. *International Journal of Market Research*, 56(3), 387–404. <https://doi.org/10.2501/ijmr-2014-025>
- Hameed, I., Haq, M. A., Khan, N., & Zainab, B. (2022). Social media usage and academic performance from a cognitive loading perspective. *On the Horizon*, 30(1), 12–27. <https://doi.org/10.1108/oth-04-2021-0054>
- Hanum, A. N. L. (2017). Pola perilaku penelusuran informasi mahasiswa di era digital native. *Jurnal Kajian Pembelajaran Dan Keilmuan*, 1(2), 47–54. <https://doi.org/10.26418/jurnalkpk.v1i2.25267>
- Hartaji, Damar A. (2012). Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orangtua. Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma. <https://adoc.pub/motivasi-berprestasi-pada-mahasiswa-yang-berkuliah-dengan-ju.html>
- Humas UNDIP. (2023). *Rektor UNDIP Larang Kegiatan Ospek, Perploncoan, dan Pengkaderan Tanpa Ijin Bagi Mahasiswa Baru - Universitas Diponegoro*. <https://undip.ac.id/post/30361/rektor-undip-larang-kegiatan-ospek-perploncoan-dan-pengkaderan-tanpa-ijin-bagi-mahasiswa-baru.html>
- Kim, K.-S., & Sin, S.-C. J. (2016). Use and evaluation of information from social media in the academic context: Analysis of gap between students and librarians. *The Journal of Academic Librarianship*, 42(1), 74–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.acalib.2015.11.001>

- Miller, F., Davis, K., & Partridge, H. (2019). Everyday life information experiences in Twitter: A grounded theory. *Information Research*, 24(2), 1–23. <https://www.researchgate.net/publication/331639486>
- Putri, S. A., & Dewi, A. O. P. (2023). Pengalaman Informasi Mahasiswa Baru Universitas Diponegoro dalam Memanfaatkan Instagram untuk Menentukan Pilihan Perguruan Tinggi. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 7(2), 275–286. <https://doi.org/10.14710/anuva.7.2.275-286>
- Rahayu, S., Mahendra, D. S., Ummi, N., & Purwaningtyas, F. (2023). Pola Perilaku Penelusuran Informasi Mahasiswa Prodi Ilmu Perpustakaan UINSU di Era Digital Native. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(3), 1131–1137. DOI:10.47467/dawatuna.v3i3.3104
- Reddy, V. (2014). Information experience in the context of information seeking methods by prospective students. *Library and Information Science*, 9, 295–311. <https://doi.org/10.1108/S1876-056220140000010015>
- Rutter, R., Roper, S., & Lettice, F. (2016). Social media interaction, the university brand and recruitment performance. *Journal of Business Research*, 69(8), 3096–3104. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.01.025>
- Shamsudin, M. F., Ali, A. M., Ab Wahid, R., & Saidun, Z. (2019). Factors influence undergraduate students' decision making to enroll and social media application as an external factor. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 7(1), 126–136. <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7116>
- Šola, H. M., & Zia, T. (2021). Social media and students' choice of higher education institution. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 6(4). <https://doi.org/10.46827/ejmms.v6i4.1160>
- Wartberg, L., Kriston, L., & Thomasius, R. (2020). Internet gaming disorder and problematic social media use in a representative sample of German adolescents: Prevalence estimates, comorbid depressive symptoms and related psychosocial aspects. *Computers in Human Behavior*, 103, 31–36. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.09.014>
- We Are Social. (2023). Digital 2023 Indonesia. *Wearesocial*. <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>
- Wibawa, Y. A., Wono, H. Y., & Hermawan, J. N. (2023). Preferensi Media Sosial Dalam Pemenuhan Informasi Studi Lanjut. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 7(2), 101–109. <https://journal.unpak.ac.id/index.php/apik>
- Yates, C. (2015). Exploring variation in the ways of experiencing health information literacy: A phenomenographic study. *Library & Information Science Research*, 37(3), 220–227. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2015.04.003>
- Yu, L., & Liu, Y. (2022). Information experience as an object of LIS research: a definition based on concept analysis. *Journal of Documentation*, 78(6), 1487–1508. <https://doi.org/10.1108/JD-10-2021-019>