

Pemanfaatan Media Sosial Instagram @fuadiainponorogo Sebagai Media Informasi Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo Angkatan 2020

Dewi Ayuni Purdiyaputri¹, Asna Istya Marwantika, M.Kom.I.²

¹ Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia

² Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia

*E-mail: dewiayuni50@gmail.com, marwantika@iainponorogo.ac.id

Keywords

Instagram;
Instagram as
Information Media;
Social Media; Uses
and Gratification 2.0

Abstract

People have done various ways to get information to fulfil their information needs. Until the presence of social media that changes lifestyles, thinking patterns, social society, and education. The presence of Instagram social media is one of the contemporary social media that is of interest to various groups to access information including lectures. This research aims: (1) To describe the motives for using Instagram social media @fuadiainponorogo as information media for FUAD IAIN Ponorogo students class of 2020. (2) To analyse the fulfilment of information needs of FUAD IAIN Ponorogo students class of 2020 on Instagram social media @fuadiainponorogo as information media. The method used is a qualitative descriptive approach. Data analysis using Miles and Hubberman, namely data reduction, data presentation, data verification, and conclusion drawing. Research results: First, the motives for utilising social media Instagram @fuadiainponorogo as information media are four in the MAIN model, namely information arises because of the use of Instagram @fuadiainponorogo as the dissemination of lecture information. Entertainment is seen from posting video reels that follow the trend. Social interaction arises from the interaction between the Instagram account admin @fuadiainponorogo and followers. Personal identity because Instagram account followers @fuadiainponorogo average student Faculty of Ushuluddin, Adab and Da'wah. Second, fulfilling the need for information on the Instagram account @fuadiainponorogo is enough to meet the information needs of students of the Faculty of Ushuluddin, Adab and Da'wah class of 2020 as an information media that requires more lecture information posts.

Kata Kunci

Instagram;
Instagram Sebagai
Media Informasi;
Media Sosial; Uses
and Gratification 2.0

Abstrak

Masyarakat telah melakukan berbagai cara untuk mendapatkan informasi supaya memenuhi kebutuhan informasi. Hingga hadirnya media sosial yang mengubah gaya hidup, pola berpikir, sosial masyarakat, hingga pendidikan. Kehadiran media sosial Instagram menjadi salah satu media sosial kekinian yang diminati berbagai kalangan untuk mengakses informasi termasuk perkuliahan. Penelitian ini bertujuan: (1) Untuk mendeskripsikan motif pemanfaatan media sosial Instagram @fuadiainponorogo sebagai media informasi mahasiswa FUAD IAIN Ponorogo angkatan 2020. (2) Untuk menganalisis pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FUAD IAIN Ponorogo angkatan 2020 terhadap media sosial Instagram @fuadiainponorogo sebagai media informasi. Metode yang digunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Analisis data menggunakan Miles dan Hubberman yakni reduksi data, penyajian data, verifikasi data, dan

penarikan kesimpulan. Hasil penelitian: Pertama, motif pemanfaatan media sosial Instagram @fuadiainponorogo sebagai media informasi ada empat di model MAIN, yakni informasi muncul karena digunakannya Instagram @fuadiainponorogo sebagai penyebaran informasi perkuliahan. Hiburan dilihat dari postingan video reels yang mengikuti trend. Interaksi sosial timbul adanya interaksi antara admin akun Instagram @fuadiainponorogo dan followers. Identitas pribadi karena followers akun Instagram @fuadiainponorogo rata-rata mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Kedua, pemenuhan kebutuhan terhadap informasi di akun Instagram @fuadiainponorogo sudah cukup memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 sebagai media informasi yang lebih membutuhkan postingan informasi perkuliahan.

Pendahuluan

Berkembangnya teknologi internet, banyak jenis media sosial pun telah muncul. Perkembangan teknologi digital juga membantu pengguna media sosial untuk menggunakannya lebih baik. Media sosial seperti blog, jejaring sosial, dan forum, adalah jenis media *online* dimana orang dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten.¹ Media sosial mengajak semua orang untuk berpartisipasi secara terbuka dengan memberikan *feedback*, komentar dan berbagi informasi secara cepat dan bebas. Hadirnya media sosial sebagai teknologi baru turut mengubah gaya hidup masyarakat.²

Setiap tahun terdapat data media sosial baik luar negeri maupun dalam negeri dengan merilis dalam bentuk gambar maupun deskripsi. Penggunaan media sosial di Indonesia kini telah berkembang pesat. Tahun 2021, We Are Social dan Hootsuite merilis data lanskap digital dunia mengenai pengguna media sosial. Jumlah total pengguna media sosial aktif di Indonesia mencapai angka 170,0 juta, sementara presentase dari total populasi ialah 61,8%. Perubahan tahun ke tahun jumlah pengguna media sosial + 6,3%, + 10 juta. Di tahun 2022, total angka pengguna media sosial mengalami kenaikan yaitu 12,6% jumlahnya 170 juta, sedangkan jumlah pengguna media sosial 191,4 juta. Dengan meluncurkan Reporting Data, tahun 2023 ada 167 juta pengguna jejaring sosial dengan 153 juta penggunanya berusia di atas 18 tahun, terhitung 79,5% dari total populasi. Selain itu, diperkirakan 78,5% pengguna internet menggunakan setidaknya satu buah atau akun jejaring sosial. Nilai ini akan terus meningkat di tahun-tahun mendatang.³ Pertambahan angka pengguna media sosial, membuat salah satu media sosial yakni Instagram mengalami kenaikan bahkan penurunan. Dengan jumlah pengguna mencapai 1,35 miliar di tahun 2023, menjadikan Instagram

¹ Nur Ainiyah, "Remaja Millennial Dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millennial," *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia* 2, 2 (2018), 222.

² Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia." *Jurnal Artikel*, 2020, 140-157.

³ Agnes Z. Yonathan, "Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026."

<https://data.goodstats.id/statistic/agneszefanyayonatan/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp>. (Diakses 30 Agustus 2023)

sebagai platform media sosial dengan jumlah tertinggi ke-4 setelah Facebook, YouTube, dan WhatsApp.

Instagram memberikan banyak manfaat, misal sebagai media informasi. Instagram bisa dijadikan sebagai perantara membentuk citra dalam diri pribadi dan lembaga atau instansi. Branding terdapat dua, yakni *personal branding* dan *corporate branding*. *Personal branding* cara membentuk citra diri, kepribadian pribadi, bidang keahlian serta hal-hal istimewa bagi banyak orang. *Personal branding* juga digunakan melalui media sosial sebagai sarana membentuk identitas, yang kemudian ditampilkan kepada orang lain dengan menciptakan kesan keunikan dan ciri khas seseorang, seperti selebriti, pejabat, dan lainnya.⁴

Lembaga atau instansi ternyata juga membutuhkan citra baik atau dikenal dengan istilah *corporate branding*. *Corporate branding* mencakup isu-isu yang berkaitan dengan identitas merek suatu perusahaan atau organisasi mulai dari logo, ciri visual, citra, kredibilitas, kepribadian, pesan, persepsi dan asumsi yang ada di benak penonton. Instansi lain pun juga melakukan *branding* yakni universitas yang bertujuan untuk membangun reputasi di mata masyarakat.⁵ Disebut sebagai *corporate branding*, termasuk di IAIN Ponorogo yang menggunakan Instagram sebagai perantara untuk dikenal masyarakat. Keempat fakultasnya pun telah memiliki akun Instagram masing-masing, termasuk Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah.

Akun @fuadiainponorogo dibuat tahun 2021. Seiring berjalannya waktu, memiliki pengikut sebanyak 1.441 dengan 503 postingan yang postingan pertamanya tanggal 22 September 2021.⁶ Admin akun @fuadiainponorogo cukup aktif dalam memposting informasi yang setiap minggunya selalu ada postingan terkait fakultas maupun kampus yang berisi informasi maupun hiburan.

Saat pandemi covid-19, pembelajaran jarak jauh dilakukan sehingga mahasiswa harus belajar dari rumah melalui media sosial. Pembelajaran sepenuhnya dilakukan secara *online* dan mahasiswa akan menghabiskan waktu lebih banyak menggunakan perangkat elektronik seperti *handphone* dan laptop. Kuliah daring selama empat semester di tahun 2020 sampai 2021 menjadi tantangan bagi seluruh mahasiswa terutama mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwa IAIN Ponorogo angkatan 2020 yang menjadi fokus penelitian. Untuk proses pembelajaran dan persebaran informasi menggunakan E-Learning, Google Classroom, Google Meet, Zoom, WhatsApp, dan media lainnya. Selain belajar melalui media sosial, mahasiswa juga mencari informasi di akun Instagram salah satunya akun @fuadiainponorogo Akun Instagram @fuadiainponorogo memudahkan mahasiswa mengakses informasi perkuliahan, seperti jadwal akademik, agenda fakultas, dan lainnya.

Di beberapa penelitian sebelumnya, telah membahas media sosial Instagram dengan urgensi penelitian berbeda sehingga terjadi kebaruan di penelitian selanjutnya. Penelitian oleh Muhammad Abid Rizqy Zamzani tentang "Penggunaan

⁴ Sella Efrida and Anisa Diniati, "Pemanfaatan Fitur Media Sosial Instagram Dalam Membangun Personal Branding Miss International 2017," *Jurnal Kajian Komunikasi* 8, 1 (2020): 58.

⁵ Tarisha Desmora Mahpudin et al., "Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Corporate Branding," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Mei 2023, 9 (2023): 293.

⁶ Observasi Melalui Media Sosial Instagram. (Diakses 09 Maret 2024, 05.56)

Akun Instagram @beritamagetan Sebagai Media Informasi (Perspektif *Uses and Gratifications*)." Dilihat dari persamaannya Instagram sebagai media informasi. Untuk perbedaannya terlihat dari urgensi penelitiannya, akun Instagram, teori yang digunakan karena peneliti menggunakan teori baru.

Penelitian ini berfokus pada pemanfaatan media sosial Instagram @fuadiainponorogo sebagai media informasi mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Ponorogo angkatan 2020. Dengan subjek penelitian admin Instagram @fuadiainponorogo dan mahasiswa FUAD angkatan 2020. Penelitian ini menjadi urgensi untuk diteliti dikarenakan selama empat semester perkuliahan diubah ke daring dan mengharuskan mahasiswa kuliah dari rumah dengan persebaran informasi yang terkadang tidak sesuai.

Metode Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini dituangkan dalam bentuk uraian disertai data lapangan tertentu. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) karena dilakukan di lingkungan kampus IAIN Ponorogo. Dilihat dari jenis penelitiannya termasuk jenis penelitian deskriptif, yang berarti menggambarkan dan menjelaskan objek sebagaimana adanya peneliti tidak memanipulasi variabel dan tidak mengontrol variabel penelitian.⁷

Data penelitian terdapat data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara dengan admin akun Instagram @fuadiainponorogo. Serta, wawancara akun Instagram @fuadiainponorogo sebagai media informasi ke mahasiswa FUAD angkatan 2020. Untuk data sekundernya yaitu data mengenai Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah berupa artikel dari website, hasil *screenshot* Instagram.

Teknik pengumpulan data ada 3 yakni wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti memilih wawancara mendalam (*in-depth interview*), yakni sebuah proses memperoleh informasi untuk kepentingan penelitian melalui tanya jawab pewawancara dan informan secara tatap muka dengan atau tanpa pedoman wawancara.⁸ Untuk sampel wawancara, peneliti memilih teknik pengambilan sampel *probability sampling* yaitu *stratified sampling* dalam menentukan sampel atau narasumber. Banyaknya mahasiswa FUAD angkatan 2020 membuat peneliti melakukan pengelompokan berdasarkan jenis kelamin juga kelas. Di observasi, peneliti memilih observasi non partisipan. Yaitu peneliti tidak terlibat secara langsung dalam kegiatan di lapangan. Peneliti mengamati melalui media sosial Instagram @fuadiainponorogo secara berkala. Dokumentasi sebagai sumber data yang digunakan peneliti, terutama menguji, menginterpretasikan, bahkan memprediksi.⁹ Dokumentasi penelitiannya *screenshot* Instagram akun @fuadiainponorogo dan gambar lainnya.

Peneliti menggunakan teknik analisis data Miles and Huberman yang meliputi reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/ verification*). Peneliti melakukan

⁷ Cut Medika Zellatifanny and Bambang Mudjiyanto, "Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi," *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi* 1, 2 (2018): 83.

⁸ Thalha Alhamid dan Budur Anufia, "Resume: Instrumen Pengumpulan Data," 9.

⁹ Natalina Nilamsari, "Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif," *Jurnal Wacana*, 8, 2 (2014): 179.

pengecekan keabsahan data dengan uji kredibilitas dalam penelitian ini, yakni Pertama, meningkatkan ketekunan. Dalam hal ini, peneliti membaca ulang dan mengamati kembali jika data kurang sesuai dan tidak meyakinkan. Kedua, triangulasi. Dalam uji keabsahan data, peneliti memilih triangulasi metode. Triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan data yang caranya berbeda.

Hasil dan Pembahasan

Bagian ini membahas data temuan yang telah berhasil dikumpulkan peneliti, selanjutnya dilakukan analisis untuk dapat ditarik kesimpulannya. Perolehan data dari hasil observasi, wawancara serta dokumentasi mengenai pemanfaatan media sosial Instagram @fuadiainponorogo sebagai media informasi.

Seiring perkembangan internet, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah telah memiliki akun media sosial Instagram diberi nama @fuadiainponorogo. Bergabung bulan Agustus 2021, bertujuan menjadi tempat untuk melihat dan mengetahui perkembangan informasi fakultas dan institut. Akun Instagram @fuadiainponorogo juga menjadi wadah mahasiswa untuk mengembangkan bakat, seperti konten kreator, desain, *talent* atau model video, serta bidang lainnya. Konten dibuat di lingkungan kampus dengan tujuan selain menyebarkan informasi juga memperkenalkan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah serta IAIN Ponorogo. Konten gambar di desain melalui aplikasi Canva atau aplikasi yang mendukung desain. Sedangkan, konten video dengan durasi singkat maupun lama yang membutuhkan model dari mahasiswa maupun dosen tergantung situasi dan tema.

Fuad Cyber Center atau sering disebut FUCER ialah tim kehumasan yang dibuat fakultas sesuai dengan SK dari Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Nomor 152/In.32.4/02/2022. Dibentuk pada Januari 2022. Pembentukan tim FUCER memberikan manfaat bagi mahasiswa ketika libur semester dikarenakan pasti ada informasi perkuliahan sehingga untuk melihatnya tidak perlu ke kampus.¹⁰ Anggota tim FUCER tidak hanya dari dosen sebagai koordinator, melainkan mahasiswa mulai dari semester 1 hingga 8 tetapi peminat lebih banyak mahasiswa semester 1 hingga 5.

Admin akun Instagram @fuadiainponorogo cukup aktif mengupload informasi. Seminggu sekali pasti selalu ada postingan di Instagram @fuadiainponorogo meski yang diposting bukan informasi perkuliahan. Semua jurusan di Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah bisa hastag akun Instagram @fuadiainponorogo lalu akan di repost. Tidak semua postingan di akun Instagram @fuadiainponorogo mendapatkan *feedback* maksimal dari *followers*. Postingan dengan jumlah *like* banyak biasanya terdapat *talent* atau model dari mahasiswa karena dianggap menarik dan menyalurkan aspirasi mahasiswa lain. Tidak hanya mengikuti trend, video juga ada hasil dari *live* atau podcast apabila ketinggalan acara.

Motif Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Angkatan 2020 Menggunakan Instagram @fuadiainponorogo Sebagai Media Informasi

¹⁰ Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, <https://fuad.iainponorogo.ac.id/fuad-cyber-center-resmi-dibentuk-sebagai-tim-kehumasan-fakultas/> (Diakses 29 Desember 2023, 21.16)

Instagram menjadi salah satu media sosial yang digemari karena simpel dan menarik. Hampir semua perguruan tinggi sudah menggunakan media sosial Instagram sebagai salah satu media informasi perkuliahan. Hal tersebut juga berlaku di Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo yang telah menggunakan Instagram sebagai media informasi.

Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 memasuki perkuliahan dalam pandemi covid-19 sehingga informasi diakses melalui media sosial. Mulai dari pengenalan budaya akademik dan kemahasiswaan (PBAK), kuliah selama empat semester secara daring dengan media perkuliahan YouTube, E-Learning, Google Meet, Zoom, Google Classroom, dan media lain yang menunjang perkuliahan. Seiring perkembangan informasi, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah membuat akun Instagram @fuadiainponorogo yang disusul pembentukan tim media Fuad Cyber Center (FUCER) di tahun 2022.

Menurut teori yang digunakan yakni *Uses and Gratification 2.0*, terdapat 4 model MAIN dalam penggunaan media, yakni :

1. Modalitas (*modality*), mengacu berbagai metode presentasi (misal audio atau visual) konten multimedia, yang memanfaatkan berbagai aspek sistem kognitif manusia (misal pendengaran, penglihatan). Seperti saya tahu konten tersebut nyata dan tidak dibuat-buat, berkomunikasi secara tatap muka, teknologinya inovatif, menciptakan pengalaman hadir di lingkungan yang jauh.
2. Agensi (*agency*), dalam model utama *proxy* internet memungkinkan menjadi agen atau sumber informasi. Penelitian menunjukkan akibat perkembangan teknologi, pengguna media digital menjadi lebih proaktif dan suka berperan sebagai pengirim. Seperti memungkinkan saya menyampaikan pemikiran saya kepada banyak orang, saya merasa nyaman mengetahui pemikiran dan pendapat orang lain.
3. Interaktivitas (*interactivity*), didefinisikan sebagai keterjangkauan yang memungkinkan pengguna membuat perubahan secara *real-time* pada konten media. Keterjangkauan interaktif adalah inti dari aktivitas dengan memungkinkan pengguna berinteraksi melalui media. Seperti saya merasa aktif saat menggunakannya, hal ini memungkinkan saya untuk bertanggung jawab, saya dapat mengontrol interaksi saya dengan antarmuka, saya dapat mempengaruhi tampilannya.
4. Navigasi (*navigability*), kedekatan yang memungkinkan pengguna bergerak melalui media. Pengalaman pengguna *online* sangat bergantung pada navigasi karena internet adalah ruang, bukan jendela. Seperti hal ini memungkinkan saya memperoleh berbagai macam informasi, menyenangkan untuk dijelajahi.

Berdasarkan hasil analisis, motif penggunaan media mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 semua model MAIN tersebut. Dari 252 mahasiswa, peneliti memilih *stratified sampling* untuk mengklasifikasikannya sehingga mendapatkan 14 narasumber dengan 13 narasumber memilih informasi dan 1 narasumber memilih identitas. Ditujukan dalam tabel berikut untuk jumlah mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020:

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Angkatan 2020

Jurusan	Kelas	Jumlah
IAT	A	29
	B	21
KPI	A	31
	B	30
	C	28
	D	28
	E	25
BPI	A	36
	B	24
Total		252

Sumber: Data Akademik Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 lebih membutuhkan informasi perkuliahan. Ditemukan data bahwa mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 mengakses akun Instagram @fuadiainponorogo untuk melihat informasi perkuliahan. Admin akun Instagram @fuadiainponorogo juga cukup aktif menyebarkan informasi melalui feed dan *instastory*. Digunakannya akun Instagram @fuadiainponorogo sebagai media informasi menunjukkan bahwa mahasiswa menerapkan model MAIN dalam memanfaatkan dan menggunakan akun Instagram @fuadiainponorogo.

Postingan di akun Instagram @fuadiainponorogo semakin bertambah setiap harinya. Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 akan mendapatkan informasi valid karena di akun Instagram @fuadiainponorogo terdapat link. Informasi perkuliahan yang penting akan di pin untuk memudahkan mahasiswa mencari informasi perkuliahan akademik maupun non akademik. Adanya akun Instagram @fuadiainponorogo akan menambah literasi, kreativitas, inovasi mahasiswa sehingga fungsi Instagram sebagai media informasi bisa terpenuhi. Informasi yang diposting cenderung mengenai perkuliahan seperti jadwal akademik, jurnal fakultas, atau konten video reels yang terdapat informasi.

Berdasarkan pengamatan peneliti melalui wawancara, mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 lebih memilih informasi seperti jadwal akademik karena penting dalam proses penyelesaian studi. Kemudian, tercipta kenyamanan pula saat menggunakan media sosial Instagram @fuadiainponorogo sehingga mendapatkan informasi perkuliahan secara cepat dan mudah.

Pemenuhan Kebutuhan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Angkatan 2020 Menggunakan Instagram @fuadiainpororo Sebagai Media Informasi

Keberadaan media seakan tidak terbatas oleh ruang dan waktu sehingga mampu mendekatkan yang jauh semakin dekat. Media sosial menjadi alternatif bagi setiap orang untuk mengakses informasi. Ragam media sosial seperti Twitter, YouTube, WhatsApp, dan lainnya, ternyata media sosial Instagram menjadi salah satu media sosial yang paling sering digunakan dan diakses. Pengguna Instagram pasti memiliki tujuan tertentu terhadap setiap postingan yang dijumpai atau dicari. Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 sebagai *followers* akun Instagram @fuadiainpororo lebih mencari dan membutuhkan postingan seperti jadwal akademik karena pas dengan kebutuhan mahasiswa.

Akun Instagram @fuadiainpororo cukup informatif dalam menyebarkan informasi perkuliahan. Akun Instagram @fuadiainpororo juga merupakan salah satu langkah untuk membangun jalinan interaksi dengan *audiens* serta mampu membackup akun *official* kampus. Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 pun lebih memilih mencari informasi lewat akun Instagram @fuadiainpororo karena fleksibel, nyaman dan efisien terkait waktu sehingga tidak perlu datang ke kampus apabila tidak ada kepentingan mendesak.

Terbentuknya akun Instagram @fuadiainpororo dengan memanfaatkan media sosial Instagram mampu menjawab keresahan mahasiswa akan informasi perkuliahan di lingkungan kampus. Instagram juga termasuk media sosial yang memiliki banyak fitur menarik yang bisa dimanfaatkan siapa saja sehingga postingan bisa dilihat kapan saja apabila tidak dihapus. Kemudahan yang ditawarkan media sosial Instagram mampu menarik atensi atau perhatian mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 dalam mencari informasi. Informasi perkuliahan yang disajikan, dikemas dalam tata letak postingan dan admin akun Instagram @fuadiainpororo juga kerap kali berinteraksi dengan *followers* di *instastory* atau di kolom komentar.

Berdasarkan teori *Uses and Gratification 2.0* yang digunakan bahwa kebutuhan masyarakat akan terpenuhi apabila motif juga terpenuhi. Kebutuhan dan kepuasan adalah dua hal yang berkesinambungan, karena apabila kebutuhan terpenuhi maka akan menimbulkan kepuasan terhadap penggunaan media. Instagram termasuk media baru, yang dalam teori *Uses and Gratification 2.0* bahwa kepuasan tidak semata-mata ditentukan keadaan psikologis. Tetapi, kepuasan akan media baru cerminan dari kebutuhan yang ada menunjukkan bahwa kepuasan media baru merupakan kebutuhan primer. Pengguna media sosial termasuk pengguna Instagram akan melakukan pencarian di kolom pencarian sehingga timbul kepuasan akan informasi yang dicari.

Dari hasil wawancara dengan beberapa narasumber perwakilan setiap kelas per jurusan, bahwa informasi yang diposting di akun Instagram @fuadiainponorogo sudah mampu dan cukup memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 dalam informasi perkuliahan. Meskipun, dalam temuan peneliti masih ada beberapa narasumber yang berpendapat kurang terpenuhi dengan informasi di akun Instagram @fuadiainponorogo dikarenakan kurang spesifik dan konsistensi dalam memposting postingan. Informasi yang dikemas dalam foto dan video mampu menarik mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah untuk melihatnya apabila postingannya lewat di beranda akun Instagram masing-masing mahasiswa.

Berdasarkan teori *Uses and Gratification 2.0* yang digunakan peneliti serta tambahan hasil penelitian yang sudah dilakukan, ditemukan bahwa penyebaran informasi khususnya informasi perkuliahan sudah mampu memenuhi motif dan pemenuhan kebutuhan mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020. Temuan data peneliti terdapat motif informasi, hiburan, interaksi sosial, dan identitas pribadi. Antara motif penggunaan media dengan pemenuhan kebutuhan, keduanya saling berkesinambungan sehingga pencarian informasi terpenuhi dan kebutuhan akan media juga terpenuhi yang akan menimbulkan kepuasan terhadap penggunaan media baru tanpa mengesampingkan media lainnya

Simpulan

Motif pemanfaatan media sosial Instagram @fuadiainponorogo sebagai media informasi ada empat dalam model MAIN. Informasi muncul karena digunakannya Instagram @fuadiainponorogo sebagai penyebaran informasi perkuliahan yang dibutuhkan mahasiswa seperti jadwal akademik. Hiburan dilihat dari postingan video reels yang mengikuti trend sehingga menghibur mahasiswa. Interaksi sosial timbul karena adanya interaksi antara admin akun Instagram @fuadiainponorogo dan *followers* melalui fitur Instagram di *instastory*, kolom komentar, maupun *direct messenger* (DM). Identitas pribadi timbul karena *followers* akun Instagram @fuadiainponorogo rata-rata mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah di berbagai angkatan meski ada juga *followers* dari luar mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah.

Pemenuhan kebutuhan terhadap informasi yang diposting di akun Instagram @fuadiainponorogo sudah cukup memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 yang memilih Instagram sebagai media informasi. Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 lebih membutuhkan postingan berisi informasi perkuliahan seperti jadwal akademik. Keaktifan dalam memposting konten foto dan video juga sudah memenuhi kebutuhan informasi karena mengikuti perkembangan.

Daftar Pustaka

- Ainiyah, Nur. "Remaja Millennial dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millennial." *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia* 2, 2 (2018).
- Andriani, Aldina Eka, dan Sri Sulistyorini. "Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Selama Pandemi Covid-19." *Equalibrium: Jurnal Pendidikan* 10, 1 (2022), 63-70.
- Anufia, Thalha Alhamid dan Budur. "Resume: Instrumen Pengumpulan Data." 1-20.
- Cahyono, Anang Sugeng. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia." (2020), 140-157.
- Damayanti, Rini. "Diksi dan Gaya Bahasa dalam Media Sosial Instagram." *Jurnal Widyaloka IKIP Widya Darma* 5, 3 (2018), 261.
- Efrida, Sella, dan Anis Diniati. "Pemanfaatan Fitur Medi Sosial Instagram dalam Membangun Personal Branding Miss International 2017." *Jurnal Kajian Komunikasi* 8, 1, (2020), 57.
- Fahmi, Muhammad Nurul. "Endorse dan Paid Promote Instagram dalam Perspektif Hukum Islam." *An-Nawa: Jurnal Studi Islam* 1, 1 (2019), 1-27.
- Hakim, Lukman Nul. "Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap Elit." *Aspirasi* 4, 2, (2013), 165.
- Kurnia, Neng Dewi, Riche Cynthia Joham, dan Gema Rullyan. "Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram dengan Kemampuan Literasi Media di UPT Perpustakaan Itenas." *EduLib* 8, 1 (2018), 1.
- Machyudin, Agung Harahap, dan Adeni Susri. "Tren Penggunaan Medi Sosial Selama Pandemi di Indonesia." *Jurnal Profesional FIS UNIVED* 7,2 (2020), 13-23.
- Makbul, M. "Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian," 2021, 6.
- Muchamad Nabil, Sugandi, Ghufron. "Penggunaan Fitur Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi pada Akun Instagram @griizelle.id)." *Jurnal Komunikasi Nusantara* 3, 1 (2021), 26-32.
- Nasrullah, Rulli. "Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi." Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.
- Nilamsari, Natalina. "Memahami Studi Dokumen dalam Penelitian Kualitatif." *Wacana* 8, 2 (2014), 177-182.
- Prihatiningsih, Witanti. "Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja." *Communication* 8, 1 (2017), 51.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi." *Ekonomika* 12, 2 (2017), 212.
- Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D." Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sundar, S. Syhan, Anthony M. Limperos. "Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media." *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57, 4, (2013).
- Watie, Errika Dwi Setya. "Komunikasi dan Media Sosial (Communication and Social Media)." *Jurnal The Messenger* 3, 2 (2016), 69.
- Zellatifanny, Cut Medika, dan Bambang Mudiyanto. "Tipe Penelitian Deskripsi dalam Ilmu Komunikasi." *Diakom: Jurnal Media dan Komunikasi* 1, 2 (2018), 83-90.