



EISSN : [27164012](#)

ISSN : [23384751](#)

DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah

Jl. Maulana Yusuf No.10 Babakan, Kecamatan Tangerang, Kota
Tangerang, 15118 Banten

HUBUNGAN TERPAAN MEDIA AKUN INSTAGRAM @INFOSVIPB DENGAN KUALITAS PELAYANAN INFORMASI MAHASISWA

¹Naila Nuravazia; ²David Rizar Nugroho; ³Enden Darjatul Ulya; ⁴Mulyono
¹IPB University; ²IPB University; ³IPB University; ⁴IPB University
Email: nuravazianaila@gmail.com

Article Information :

Submitted 26 November 2025 Revised 28 Desember 2025 Published 28 Desember 2025

ABSTRACT

This research aims to find out the quality of information services on the instagram account @infosvipb and also analyze the characteristics of students and whether the media is related to the quality of student information services. The research data was obtained through a questionnaire that had been distributed to students of the IPB University Vocational School. The results of the study showed that the quality of student information services could be accepted and evaluated positively by students of the IPB University Vocational School. The Correlation Test results show that there is a strong relationship, between media exposure and the quality of information service. This shows that if variable X increases, then variable Y will increase. Meanwhile, the characteristics of students are not an obstacle for students in the process of receiving information. And overall, the results of this study reinforce that the alternative hypothesis (H_a), shows that there is a relationship between student characteristics and media exposure with the quality of student information services. As for the information service conveyed by the @infosvipb instagram account is already effective and optimal so that it can meet the information needs of students.

Keywords : *Instagram, Media Exposure, Social*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui kualitas pelayanan informasi pada akun instagram @infosvipb dan juga menganalisis mengenai karakteristik mahasiswa serta terpaan media apakah memiliki hubungan dengan kualitas pelayanan informasi mahasiswa. Data penelitian diperoleh melalui kuesioner yang telah disebarkan kepada mahasiswa Sekolah Vokasi IPB University. hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan informasi mahasiswa dapat diterima dan dinilai positif oleh mahasiswa Sekolah Vokasi IPB University. Hasil Uji Korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat, antara terpaan media dengan kualitas pelayanan informasi. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel X meningkat, maka variabel Y akan mengalami peningkatan. Sementara itu, karakteristik mahasiswa tidak menjadi penghambat bagi

mahasiswa dalam proses penerimaan informasi. Dan secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperkuat bahwa hipotesis alternatif (Ha), menunjukkan bahwa terdapat hubungan karakteristik mahasiswa dan terpaan media dengan kualitas pelayanan informasi mahasiswa, dan pelayanan informasi yang disampaikan oleh akun instagram @infosvipb sudah efektif dan optimal sehingga dapat memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa.

Kata Kunci : Instagram, Media Sosial, Terpaan Media

A. INTRODUCTION/PENDAHULUAN

Era digital saat ini telah membawa pengaruh yang sangat signifikan terhadap kehidupan masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan teknologi digital yang semakin berkembang. Teknologi digital yang semakin berkembang tidak hanya menjadikan media sosial sebagai sarana untuk hiburan, namun juga dijadikan sebagai media untuk penyampaian informasi. Media sosial adalah alat atau aplikasi komunikasi berbasis internet yang memungkinkan penggunanya berinteraksi dengan cara berbagi atau memperoleh informasi yang ada. Di era digital saat ini, banyak sekali platform media sosial yang terus bermunculan, seperti facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, dll. Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang populer, karena kemudahannya dalam memberikan ataupun membagikan sebuah informasi. Salah satunya adalah jika pengguna ingin mencari informasi apa yang dibutuhkan, pengguna bisa langsung ke fitur search dan mengikuti akun yang memberikan informasi tersebut.

Dalam mencari sebuah informasi, masyarakat perlu membedakan antara informasi dari media yang kredibel dan yang tidak. Kredibilitas suatu media sangat penting untuk membangun kepercayaan pengguna terhadap informasi yang disampaikan (Hendarsih, *et al.*, 2023). Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang digunakan untuk menyebarkan sebuah informasi, salah satunya adalah dalam menyampaikan informasi seputar informasi kampus, seperti pada akun @infosvipb yang dimana pada akun tersebut tidak hanya memberikan informasi seputar kampus, namun juga memberikan informasi seputar kegiatan yang akan dilakukan oleh mahasiswa Sekolah Vokasi IPB university itu sendiri. Sehingga kualitas pelayanan informasi yang diberikan kepada mahasiswa dapat berguna dan bermanfaat bagi mahasiswa, dan kebutuhan akan informasi dapat terpenuhi. Pemenuhan kebutuhan informasi adalah hal yang penting bagi individu yang merasa kurang mendapatkan informasi yang dibutuhkan (Fajari, *et al.*, 2023).

Perhatian mahasiswa pada akun tersebut bisa terlihat dari seberapa sering mahasiswa tersebut mengakses, memperhatikan, dan bahkan menindaklanjuti sebuah informasi, yang dimana hal tersebut termasuk ke dalam terpaan informasi. terpaan informasi adalah sejauh mana seseorang tersebut menerima informasi dari suatu sumber media, yang tidak hanya mencakup frekuensi akses, tetapi juga durasi, tingkat fokus, serta cara mahasiswa mahasiswa memanfaatkan informasi yang diterima. Dalam konteks akun Instagram @infosvipb, mahasiswa yang rutin membuka akun tersebut akan cenderung untuk memperhatikan informasi dan konten dengan seksama, sehingga menunjukkan tingkat keterpaparan yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan mahasiswa yang jarang membuka akun @infosvipb, bahkan tidak mengikuti akun @infosvipb tersebut.

Paparan informasi yang efektif dan perhatian yang tinggi dari mahasiswa berpengaruh pada cara mahasiswa menilai informasi yang diterima, dimana mahasiswa menilai sejauh mana informasi tersebut dapat memenuhi kebutuhan informasi yang mereka butuhkan, baik informasi mengenai kegiatan kampus maupun kebutuhan akademik. Hal ini berkaitan dengan kualitas pelayanan informasi, seperti Keakuratan informasi, Ketepatan Waktu, Kelengkapan Informasi, dan format informasi. Informasi yang disampaikan secara tepat dan

informasi yang disampaikan relate dengan kebutuhan yang diperlukan mahasiswa dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa akan kebutuhan terhadap layanan informasi.

Terpaan media berfungsi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap informasi yang disebarluaskan, dan penelitian menunjukkan dampak signifikan dari terpaan media, seperti Instagram, terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Safira, *et al.*, 2022). Terpaan informasi yang tinggi melalui akun Instagram @infosvipb tidak hanya mempengaruhi persepsi mahasiswa mengenai kualitas pelayanan informasi yang diberikan, namun juga dapat meningkatkan mahasiswa pada berbagai kegiatan kampus. Pemahaman mahasiswa terhadap kualitas informasi yang mereka terima dari akun @infosvipb menjadi salah satu poin penting dalam mengevaluasi efektivitas akun Instagram @infosvipb sebagai kanal media sosial untuk penyebaran informasi mahasiswa.

Dengan demikian, penelitian mengenai hubungan terpaan informasi akun Instagram @infosvipb dengan kualitas pelayanan informasi mahasiswa menjadi penting untuk dilakukan. Hal ini dikarenakan penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui sejauh mana terpaan informasi pada akun @infosvipb berhubungan dengan kualitas pelayanan informasi mahasiswa. Yang dapat mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap informasi yang disajikan pada akun tersebut. Sehingga penelitian ini dapat menjadi dasar untuk bahan evaluasi sehingga dapat meningkatkan efektivitas penyampaian informasi melalui media sosial, Instagram untuk memenuhi kebutuhan informasi pada mahasiswa.

B. LITERATURE REVIEW/TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi

Komunikasi merupakan aspek penting dalam kehidupan manusia, karena berperan sebagai sarana untuk melakukan pertukaran pesan ataupun informasi antar individu atau kelompok. Komunikasi berasal dari istilah latin communication yang berarti berbagi, merupakan proses penting dalam kehidupan manusia. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komunikasi adalah suatu pengiriman dan penerimaan informasi, berita, atau pesan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih sehingga maksud atau pesan tersebut dapat dipahami. Adapun tujuan dari komunikasi adalah untuk menciptakan kesepahaman diantara kedua belah pihak. Dari tujuan tersebut bisa dikatakan bahwa komunikasi tidak hanya menyampaikan sebuah pesan ataupun informasi, namun juga memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dipahami sesuai maksud pengirim. Menurut Dori Chandra & Suhendri 2025, dalam (Athalla *et al.*, 2025) menjelaskan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian makna yang bisa melalui pesan, berupa ide, gagasan, atau pemikiran dengan simbol yang dapat dipahami secara bersama.

Harold D. Lasswel, dalam (Rahim *et al.*, 2020) menurutnya, komunikasi dapat dipahami melalui pertanyaan kunci: "*who says, in which channel, to whom, with what effect*". dalam kutipan tersebut, Harold menjelaskan bahwa dalam komunikasi tidak hanya sebuah penyampaian pesan dan informasi dari komunikator kepada komunikan, namun juga melibatkan siapa pengirim, pesan yang disampaikan, saluran yang digunakan, siapa penerima pesan, dan efek atau dampak dari pesan dan informasi tersebut. hal ini menunjukkan bahwa penyampaian pesan dan informasi memiliki unsur-unsur yang saling berkaitan untuk menjadikan komunikasi menjadi lebih efektif. Proses komunikasi juga bersifat interaktif, dimana umpan balik dari penerima pesan menjadi sebuah indikator apakah pesan tersebut dapat dipahami

dengan baik atau tidak oleh penerima pesan. Hal ini sejalan dengan penyebaran informasi yang dilakukan oleh akun Instagram @infosvipb yang dimana komunikasi tersebut berjalan dengan interaktif, hal ini terlihat dari mahasiswa yang dapat memberikan umpan balik dengan cara memberikan like, komen, atau share yang menjadi Tindakan lanjutan untuk menyebarluaskan Kembali informasi tersebut. Adapun elemen-elemen dalam komunikasi adalah komunikator, pesan, komunikan, saluran, umpan balik, gangguan, dan situasi.

Komunikasi Digital

Menurut Saipul *et al.*, (2025) komunikasi digital merupakan bentuk komunikasi yang memanfaatkan perangkat komputer, salah satunya sebagai media utama untuk mengirim, menerima, serta bertukar informasi atau antar individu. Komunikasi ini memungkinkan proses komunikasi yang cepat dan efisien melalui berbagai platform media digital yang dihubungkan oleh jaringan internet.

Teknologi yang semakin berkembang, membuat komunikasi digital saat ini terus mengalami transformasi, yang memungkinkan cara manusia berkomunikasi semakin beragam dan interaktif. Perubahan dalam cara manusia berkomunikasi memungkinkan untuk menciptakan bentuk-bentuk komunikasi baru yang lebih dinamis dan dapat menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat modern yang sudah terhubung secara daring, sehingga komunikasi konvensional dapat secara perlahan beralih ke arah komunikasi digital.

Menurut Saipul *et al.*, (2025) ada 4 syarat untuk mengembangkan pendekatan komunikasi digital, diantaranya yaitu:

1. *Transparent*, dalam komunikasi digital, pendekatan komunikasi digital harus bersifat jujur dengan mencantumkan sumber yang jelas, karena setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk mengakses informasi yang ada secara terbuka.
2. *Authentic*, informasi yang disampaikan harus bersifat baru dan orisinal, dan belum pernah dibuat sebelumnya.
3. *Genuine*, komunikasi digital yang dilakukan hendaknya bersifat alami dan tidak dibuat untuk kepentingan.
4. *Sincere*, bentuk kepedulian yang disampaikan melalui komunikasi digital harus bersifat tulus dan jujur, dan bukan dari dorongan pihak ketiga.

Media Sosial

Menurut Nasrullah 2020, dalam (Amalia *et al.*, 2025), media sosial menjadi sebuah peluang kesempatan bagi setiap individu untuk menjadi seorang produser ataupun konsumen informasi, sehingga menciptakan hubungan langsung antara pembuat konten dan audiens. Media sosial, sebagai bentuk baru dari komunikasi digital, memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi aktif dalam menciptakan dan berbagi konten. Berbeda dengan media tradisional yang bersifat satu arah, media sosial memungkinkan adanya interaktif dan komunikasi dua arah antara pembuat konten dengan audiens yang melihat konten tersebut. Media sosial memiliki karakteristik unik, termasuk jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi Media sosial, sebagai bentuk baru dari komunikasi digital, memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi aktif dalam menciptakan dan berbagi konten. Berbeda dengan media tradisional yang bersifat satu arah, media sosial memungkinkan adanya interaktif dan

komunikasi dua arah antara pembuat konten dengan audiens yang melihat konten tersebut. Media sosial memiliki karakteristik unik, termasuk jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial, dan konten yang dihasilkan oleh pengguna (User Generated Content).

Media sosial telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dalam kehidupan manusia, Adapun fungsi dari media sosial diantaranya, sebagai berikut:

1. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web
2. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audiens (*one to many*) ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audiens (*many to many*)
3. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan juga informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

Instagram

Menurut Atmoko 2012, dalam (Sutrisno, 2021), Instagram adalah media sosial yang dimanfaatkan oleh penggunanya untuk memberikan informasi dalam berbagai bentuk, seperti gambar, foto, video, dan caption. Instagram ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk berbagi, namun juga menjadi ruang interaksi digital pengguna yang memungkinkan untuk menyampaikan pesan atau informasi, memperluas jangkauan informasi, dan membangun komunikasi dua arah yang lebih efektif dengan menggunakan fitur-fitur yang sudah disediakan.

Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial populer yang seringkali digunakan untuk memperoleh dan berbagi informasi. Fitur-fitur Instagram seperti feed, story, dan highlight memungkinkan pengguna untuk menyajikan visual yang lebih menarik, sehingga penyampaian kepada audiens dapat dilakukan dengan mudah, dan audiens dapat memahami dengan baik pesan yang dimaksud.

Dalam konteks pendidikan, seperti pada akun Instagram @infosvipb memanfaatkan karakteristik visual dan interaktif dalam konten Instagram tersebut untuk menyampaikan informasi kepada mahasiswa. Intensitas mahasiswa dalam mengakses akun Instagram dapat mempengaruhi sejauh mana informasi tersebut dapat diterima oleh mahasiswa. Dengan demikian, Instagram tidak hanya sebagai media untuk sebuah hiburan, namun juga media edukasi dan informasi.

Karakteristik Mahasiswa

Karakteristik mahasiswa menjadi aspek yang sangat penting untuk mengetahui dan memahami bagaimana mahasiswa tersebut dapat menerima dan memproses sebuah informasi. Salah satunya adalah informasi yang disampaikan melalui media sosial, termasuk Instagram. Menurut Sunyoto dalam (Indra A., 2020) menyatakan bahwa, karakteristik demografi adalah ciri yang menggambarkan perbedaan pada setiap individu, berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, Pendidikan, agama, suku bangsa, pendapatan, jenis keluarga, status pernikahan, lokasi geografis, dan kelas sosial.

Dalam konteks karakteristik mahasiswa, beberapa indikator dari dari segmentasi demografis menurut sunyoto dalam (Indra A., 2020) sangat relevan, karena dari beberapa indikator tersebut dapat mempengaruhi mahasiswa dalam menerima dan memproses informasi tersebut sesuai kebutuhan mahasiswa. Indikator yang dapat digunakan dan juga relevan dengan konteks mahasiswa, sebagai berikut:

1. usia, rentang umur mahasiswa yang mampu mempengaruhi cara mahasiswa

memahami informasi yang diberikan

2. jenis kelamin, perbedaan jenis kelamin mampu mempengaruhi daya Tarik dan perhatian terhadap informasi
3. Pendidikan, jurusan atau tingkat studi yang mampu mempengaruhi relevansi informasi

Selain itu, karakteristik mahasiswa ini juga mampu untuk mempengaruhi intensitas mahasiswa dengan akun Instagram @infosvipb, termasuk seberapa sering melihat ataupun berinteraksi melalui like, komen, dan share. Dengan demikian, indikator tersebut mampu untuk menganalisis bagaimana hubungan terpaan media dengan kualitas pelayanan informasi mahasiswa.

Terpaan Media

Terpaan media adalah sejauh mana seseorang terpapar oleh pesan di media tertentu. terpaan media membahas atau mengukur berapa lama atau frekuensi individu dalam menggunakan program media. Di era digital saat ini, Instagram menjadi salah satu media yang seringkali digunakan dan diakses untuk memperoleh informasi. Tingkat terpaan media ini penting sekali, karena semakin sering dan lama seseorang terpapar, serta semakin menaruh perhatian dan fokus, maka semakin besar kemungkinan peluang informasi tersebut diperoleh dengan baik dan informasi tersebut dapat dimanfaatkan dengan optimal. Terdapat tiga dimensi dari terpaan program media menurut Rosengren 1974 dalam (Safira, *et al.*, 2022), yaitu

1. Frekuensi, yaitu meliputi rutinitas atau berapa kali seseorang menggunakan media dan mengonsumsi isi pesan dari media
2. Durasi, yaitu meliputi berapa lama seseorang menggunakan media dan mengonsumsi isi pesan dari media
3. Atensi, yaitu tingkat perhatian yang diberikan seseorang dalam menggunakan media dan mengonsumsi isi pesan dari media.

Dengan demikian, semakin tinggi frekuensi, durasi, dan atensi seseorang terhadap pesan media tersebut, maka semakin besar peluang pesan tersebut dipahami, diingat, dan diterapkan sesuai kebutuhan setiap individu. Untuk itu pengukuran terpaan media menjadi kunci untuk penelitian yang memfokuskan pada efektivitas penyampaian informasi.

Kualitas Pelayanan Informasi

Kualitas pelayanan informasi adalah merujuk pada seberapa baik informasi tersebut diterima oleh pengguna untuk memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Menurut Menurut Dalle et al 2020 dalam (Setyadarma, 2023), kualitas informasi adalah aspek yang berhubungan dengan karakteristik keluaran dari sistem informasi serta faktor yang terkait dengan konten yang disampaikan kepada pengguna, yang diukur melalui akurasi, ketepatan waktu, keandalan, dan kepercayaan. Penyampaian informasi yang tepat dan relevan juga membantu individu untuk lebih mudah memahami informasi, bahkan menindaklanjuti dan juga membuat keputusan atas informasi tersebut. Dalam bidang akademik, salah satunya adalah media informasi kampus, seperti @infosviob perlu untuk terus memperhatikan kualitas pelayanan informasi, agar mahasiswa dapat memanfaatkan informasi secara optimal dan efektif. Terdapat empat indikator penelitian Bailey dan Pearson mengenai kualitas informasi dalam (Ramadhan, *et al* 2021) sebagai berikut:

1. Keakuratan informasi, yaitu Informasi yang diberikan harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak biasa atau menyesatkan
2. Ketepatan waktu, yaitu Informasi harus disajikan secara tepat waktu
3. Kelengkapan informasi, yaitu Informasi yang dihasilkan atau dibutuhkan

harus memiliki kelengkapan yang baik

4. Format informasi, yaitu Informasi dikatakan dapat dipahami bila informasi disajikan dalam format yang berguna dan dapat dimengerti

Dengan demikian, perhatian terhadap empat indikator ini akan meningkatkan efektivitas akun media sosial @infosvipb, sebagai sarana pelayanan informasi yang berkualitas dan bermanfaat bagi mahasiswa.

C. METODE

Berdasarkan permasalahan yang telah dikaji pada penelitian ini, peneliti menggunakan desain penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif korelasional, untuk mengidentifikasi hubungan atau korelasi antara dua atau lebih variabel dalam penelitian. Metode kuantitatif adalah metode yang mengandalkan pengukuran secara objektif dan analisis sistematis terhadap hasil dari sampel. Pendekatan ini cocok untuk menguji hubungan antar variabel, yaitu variabel X dengan variabel Y. Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara terpaan informasi akun Instagram @infosvipb (sebagai variabel independen) dengan kualitas pelayanan informasi mahasiswa (sebagai variabel dependen).

Penelitian ini dilakukan secara virtual melalui penyebaran kuesioner yang disebar melalui media sosial kepada Mahasiswa Sekolah Vokasi IPB University. Teknik penarikan sampel menggunakan metode *non-probability sampling*. *Non probability sampling* adalah metode penarikan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih. Metode ini memilih partisipan didasarkan pada kriteria dengan purposive sampling atau pengambilan sampel berdasarkan mahasiswa Sekolah Vokasi yang aktif menggunakan media sosial Instagram dan mengikuti akun Instagram @infosvipb.

D. TEMUAN HASIL PENELITIAN

Karakteristik Mahasiswa Pengikut akun Instagram @infosvipb

Analisis karakteristik mahasiswa dilakukan berdasarkan tiga indikator utama, yaitu usia, jenis kelamin, dan Pendidikan. Indikator tersebut dianalisis menggunakan tiga pernyataan yang menggambarkan indikator tersebut, ketiga indikator ini digunakan untuk melihat apakah terdapat hubungan antara perbedaan karakteristik tersebut dengan kualitas penerimaan informasi pada akun @infosvipb. Apakah terdapat perbedaan dalam menerima, memahami, dan juga memanfaatkan informasi pada akun @infosvipb. Setiap pernyataan dinilai berdasarkan skala likert, yaitu Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju, dan Sangat Setuju. Hasil distribusi jawaban responden tersebut disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Indikator Usia (variabel X1.1)

No	Indikator (X1)	Jumlah	Presentase
1	Usia (Informasi yang ditampilkan sesuai dengan kebutuhan berdasarkan usia)		
	STS	1	1%

	TS	0	0%
	S	42	42%
	SS	57	57%
2	Usia (Mahasiswa dengan usia berbeda menunjukkan tingkat perhatian yang setara pada konten @infosvipb)	Jumlah	Presentase
	STS	0	0%
	TS	2	2%
	S	52	52%
	SS	46	46%
3	Usia (Pemanfaatan informasi disesuaikan dengan kelompok usia)	Jumlah	Presentase
	STS	0	0%
	TS	5	5%
	S	42	42%
	SS	53	53%

Tabel 2. Indikator Jenis Kelamin (variabel X1.2)

No	Indikator (X1)	Jumlah	Presentase
1	Jenis Kelamin (Konten atau informasi dari akun @infosvipb nyaman diikuti, terlepas dari jenis kelamin)		
	STS	1	1%
	TS	0	0%

	S	39	39%
	SS	60	60%
2	Jenis Kelamin (Kualitas pelayanan informasi dari @infosvipb sama baiknya untuk mahasiswa laki-laki ataupun perempuan)	Jumlah	Presentase
	STS	1	1%
	TS	0	0%
	S	34	34%
	SS	65	65%
3	Jenis Kelamin (Jenis kelamin tidak membatasi pemahaman terhadap konten yang diberikan akun @infosvipb)	Jumlah	Presentase
	STS	1	1%
	TS	1	1%
	S	30	30%
	SS	68	68%

Tabel 3. Indikator Pendidikan (variabel X1.3)

No	Indikator (X1)	Jumlah	Presentase
----	----------------	--------	------------

1	Pendidikan (Materi atau informasi dari akun @infosvipb membantu pemahaman kegiatan akademik sesuai dengan tingkat studi)		
	STS	1	1%
	TS	3	3%
	S	45	45%
	SS	51	51%
2	Pendidikan (Kualitas pelayanan informasi dari @infosvipb sama baiknya untuk mahasiswa laki-laki ataupun perempuan)	Jumlah	Presentase
	STS	1	1%
	TS	3	3%
	S	38	38%
	SS	58	58%
3	Pendidikan (Intensitas dalam mengikuti dan memperhatikan postingan @infosvipb dipengaruhi oleh tingkat Pendidikan atau semester)	Jumlah	Presentase
	STS	3	3%
	TS	11	11%
	S	38	38%
	SS	48	48%

Berdasarkan hasil analisis dari tiga indikator karakteristik tersebut, yaitu usia, jenis kelamin, dan Pendidikan menunjukkan bahwa pengikut akun Instagram @infosvipb memiliki karakteristik yang dimana karakteristik tersebut mendukung efektivitas penyampaian informasi.

Pada indikator usia, presentase tertinggi ada pada kategori setuju dan sangat

setuju, hal ini menunjukkan bahwa Sebagian besar mahasiswa merasa jika informasi yang disampaikan sudah sesuai dengan kebutuhan mereka. Perbedaan usia pada mahasiswa juga tidak menjadi hambatan dalam menaruh perhatian dan pemanfaatan informasi, hal ini dikarenakan mahasiswa yang terdiri dari berbagai kelompok usia memberikan respons yang positif.

Indikator jenis kelamin juga menunjukkan bahwa responden cenderung berada pada kategori setuju dan sangat setuju, dilihat dari presentase tertinggi berada pada jawaban responden dengan respons positif. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa, baik laki-laki maupun perempuan dapat menerima, memahami, dan

juga mengikuti konten dan informasi dari akun Instagram @infosvipb dengan nyaman, tidak ada perbedaan yang terlihat secara signifikan dalam mengakses ataupun menerima informasi.

Pada indikator Pendidikan, presentase tertinggi berada pada kategori setuju dan sangat setuju, hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang berbeda jenjang studi bisa memanfaatkan informasi dengan baik. Informasi yang diberikan mampu membantu kebutuhan akademik dan tetap relevan bagi mahasiswa dari semester awal sampai akhir.

Secara keseluruhan, ketiga indikator karakteristik tersebut, menunjukkan bahwa responden memberikan respons yang positif berdasarkan presentase yang sudah diperoleh. Dengan demikian, perbedaan karakteristik mahasiswa tidak menjadi sebuah hambatan dalam menerima, memahami, dan juga memanfaatkan informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @infosvipb.

Terpaan Media akun Instagram @infosvipb

Analisis terpaan media pada akun Instagram @infosvipb dilakukan pada tiga indikator, yaitu, frekuensi, durasi, dan atensi. Setiap indikator tersebut diukur dengan menggunakan beberapa pernyataan, hal ini dilakukan untuk mengukur bagaimana frekuensi, durasi dan atensi mahasiswa berhubungan dengan kualitas pelayanan informasi yang diterima oleh mahasiswa. Setiap pernyataan diukur menggunakan skala likert yang terdiri dari sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, dan sangat setuju. Hasil distribusi jawaban responden disajikan dalam bentuk tabel berikut:

Tabel 4. Indikator Frekuensi (variabel X2.1)

No	Indikator (X2)	Jumlah	Presentase
1	Frekuensi (Akses yang sering ke akun @infosvipb memperbanyak perolehan informasi)		
	STS	0	0%
	TS	3	3%
	S	41	41%
	SS	56	56%
2	Frekuensi (Sering membuka akun @infosvipb meningkatkan kualitas penilaian terhadap pelayanan informasi yang diberikan)		
	STS	0	0%

	TS	8	8%
	S	39	39%
	SS	53	53%
3	Frekuensi (Frekuensi akses akun @infosvipb mempengaruhi cara informasi tersebut digunakan)	Jumlah	Presentase
	STS	0	0%
	TS	7	7%
	S	39	39%
	SS	54	54%

Tabel 5. Indikator Durasi (variabel X2.2)

No	Indikator (X2)	Jumlah	Presentase
1	Durasi (Lama waktu akses akun @infosvipb mempermudah pemahaman informasi yang diberikan)		
	STS	2	2%
	TS	2	2%
	S	44	44%
	SS	52	52%
2	Durasi (Durasi akses memengaruhi tingkat kepuasan terhadap pelayanan informasi)	Jumlah	Presentase
	STS	1	1%
	TS	12	12%
	S	46	46%

	SS	41	41%
3	Durasi (Kualitas pelayanan informasi dinilai lebih tinggi jika durasi perhatian akun @infosvipb cukup lama)	Jumlah	Presentase
	STS	0	0%
	TS	9	9%
	S	51	51%
	SS	40	40%

Tabel 6. Indikator Atensi (variabel X2.3)

No	Indikator (X2)	Jumlah	Presentase
1	Atensi (Informasi dari akun @infosvipb mudah dipahami karena fokus saat membacanya)		
	STS	0	%
	TS	8	8%
	S	51	51%
	SS	41	41%
2	Atensi (Tingkat perhatian terhadap akun @infosvipb memengaruhi manfaat yang diperoleh dari informasi tersebut)	Jumlah	Presentase
	STS	1	1%
	TS	1	1%
	S	44	44%
	SS	54	54%

	Atensi	Jumlah	Presentase
	(Informasi @infosvipb dinilai akurat dan jelas karena perhatian penuh saat mengaksesnya)		
3	STS	0	0%
	TS	2	2%
	S	42	42%
	SS	56	56%

Berdasarkan hasil analisis dari dari tiga indikator terpaan media, yaitu frekuensi, durasi, dan atensi. Terlihat dari jawaban responden bahwa mahasiswa yang mengikuti akun Instagram @infosvipb memiliki tingkat keterpaan yang cukup tinggi terhadap konten informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @infosvipb.

Pada indikator frekuensi, presentase tertinggi berada pada kategori setuju dan sangat setuju, hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa terlihat cukup sering untuk mengakses akun Instagram @infosvipb. Akses yang terbilang cukup sering ini mampu membantu mahasiswa memperoleh lebih banyak informasi serta membantu mereka untuk memengaruhi cara mereka memanfaatkan informasi tersebut.

Indikator durasi juga menunjukkan bahwa presentase tertinggi ada pada respons positif, yaitu pada kategori setuju dan sangat setuju, hal ini menunjukkan bahwa semakin lama durasi yang mereka gunakan, maka semakin mudah dalam memahami informasi yang disampaikan.

Pada indikator atensi, presentase tertinggi Kembali berada pada kategorie setuju dan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memberikan tingkat perhatian yang tinggi saat mengonsumsi informasi, sehingga informasi semakin mudah untuk dipahami, lebih jelas, dan mampu memberikan manfaat yang lebih optimal.

Secara keseluruhan, ketiga indikator tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki terpaan media yang cukup tinggi terhadap akun Instagram @infosvipb. Tingginya presentase pada respons positif, yaitu setuju dan sangat setuju menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya terpapar, namun juga memberikan waktu dan perhatian saat menerima informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @infosvipb.

Kualitas Pelayanan Informasi Mahasiswa

Analisis kualitas pelayanan informasi mahasiswa dilakukan berdasarkan empat indikator, yaitu keakuratan informasi, ketepatan waktu, kelengkapan informasi, dan format informasi. Keempat indikator tersebut digunakan untuk melihat bagaimana mahasiswa menilai mengenai informasi yang diberikan oleh akun Instagram @infosvipb. Dan juga melihat apakah kualitas pelayanan informasi tersebut mampu mendukung kebutuhan masing-masing mahasiswa dalam memperoleh informasi secara efektif atau tidak. Pernyataan tersebut diukur menggunakan skala likert, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, dan sangat setuju. Hasil distribusi jawaban responden disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 7. Indikator Keakuratan Informasi (variabel Y1.1)

No	Indikator (Y1)	Jumlah	Presentase
1	Keakuratan Informasi (Informasi akun @infosvipb membantu pembuatan keputusan yang tepat karena keakuratannya)		
	STS	1	1%
	TS	7	7%
	S	46	46%
	SS	46	46%
2	Keakuratan Informasi (Keyakinan untuk membagikan informasi dari akun @infosvipb karena akurat)		
	STS	1	1%
	TS	5	5%
	S	45	45%
	SS	49	49%
3	Keakuratan Informasi (Akurasi informasi akun @infosvipb meningkatkan perhatian terhadap konten yang disampaikan)		
	STS	0	0%
	TS	1	1%
	S	44	44%
	SS	55	55%

Tabel 8. Indikator Ketepatan Waktu (variabel Y1.2)

No	Indikator (Y1)	Jumlah	Presentase
1	Ketepatan Waktu (Adanya rasa kepuasan karena akun @infosvipb memberikan informasi sesuai waktu yang dibutuhkan)		
	STS	0	0%
	TS	3	3%
	S	44	44%
	SS	53	53%
2	Ketepatan Waktu (Informasi yang diberikan akun @infosvipb jarang mengalami keterlambatan)		
	STS	1	1%
	TS	6	6%
	S	52	52%
	SS	41	41%
3	Ketepatan Waktu (Informasi yang tepat waktu dari akun @infosvipb meningkatkan perhatian terhadap konten yang disampaikan)		
	STS	1	1%
	TS	2	2%
	S	48	48%
	SS	49	49%

Tabel 9. Indikator Kelengkapan Informasi (variabel Y1.3)

No	Indikator (Y1)	Jumlah	Presentase
1	Kelengkapan Informasi (Kelengkapan informasi @infosvipb menentukan cara tindak lanjut terhadap informasi tersebut)		
	STS	0	0%
	TS	2	2%
	S	44	44%
	SS	54	54%
2	Kelengkapan Informasi (informasi dari akun @infosvipb dapat digunakan dengan baik karena informasinya lengkap)		
	STS	1	1%
	TS	2	2%
	S	47	47%
	SS	50	50%
3	Kelengkapan Informasi (Pemahaman yang utuh didapatkan dari informasi yang disajikan lengkap oleh akun @infosvipb)		
	STS	0	0%
	TS	4	4%

	S	42	42%
	SS	54	54%

Tabel 10. Indikator Format Informasi (variabel Y1.4)

No	Indikator (Y1)	Jumlah	Presentase
1	Format Informasi (Penyajian informasi di akun @infosvipb dibuat dalam format yang mudah dipahami)		
	STS	1	1%
	TS	0	0%
	S	41	41%
	SS	58	58%
2	Format Informasi (Menindaklanjuti informasi dari @infosvipb lebih mudah karena format penyajiannya jelas)		
	STS	0	0%
	TS	6	6%
	S	41	41%
	SS	53	53%
3	Format Informasi (Format informasi akun @infosvipb memengaruhi tingkat perhatian saat akses konten)		
	STS	1	1%
	TS	1	1%
	S	42	42%

	SS	56	56%
--	----	----	-----

Berdasarkan hasil analisis dari empat indikator kualitas pelayanan informasi,

yaitu keakuratan informasi, ketepatan waktu, kelengkapan informasi, dan format informasi, menunjukkan bahwa mahasiswa memberikan respons yang positif, ditandai dengan jawaban responden yang pada umumnya menjawab setuju dan sangat setuju pada semua indikator kualitas pelayanan informasi ini.

Pada indikator keakuratan informasi, presentase tertinggi berada pada kategori setuju dan sangat setuju, menunjukkan bahwa mahasiswa merasa bahwa informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @infosvipb cukup akurat dan tidak menimbulkan keraguan, sehingga informasi yang disampaikan mampu membantu mahasiswa dalam memahami dan menggunakan informasi tersebut.

Indikator ketepatan waktu juga menunjukkan kategori setuju dan sangat setuju yang cukup tinggi, hal ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan cukup cepat dan sesuai kebutuhan waktu mahasiswa. Sehingga mahasiswa dapat mengikuti perkembangan informasi yang ada di kampus mengenai kegiatan ataupun pengumuman tanpa tertinggal.

Pada indikator kelengkapan informasi, mendapatkan respons yang positif dengan kategori setuju dan sangat setuju yang cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan sudah mencakup detail yang jelas, dan mencakup informasi dan aspek penting yang diperlukan oleh mahasiswa.

Indikator terakhir, yaitu format informasi. Indikator ini juga mendapatkan respons positif, terlihat dari banyaknya responden yang menjawab pada kategori setuju dan sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa informasi dari akun Instagram @infosvipb mudah dipahami, dimulai dari visual ataupun gaya bahasa yang digunakan, sehingga informasi mudah untuk dipahami dan diakses oleh mahasiswa.

Secara keseluruhan, keempat indikator tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan informasi yang telah diberikan oleh akun Instagram @infosvipb berada pada kategori tinggi. hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya menerima informasi dengan baik, namun juga mahasiswa merasa bahwa kualitas pelayanan informasi yang diberikan kepada mahasiswa cukup efektif, jelas, dan dapat membantu kebutuhan informasi mahasiswa.

Hubungan Karakteristik Mahasiswa dengan Kualitas Pelayanan Informasi akun Instagram @infosvipb

Tabel 11. Hubungan variabel X1 dan Y1

Karakteristik Mahasiswa (X1)	Kualitas Pelayanan Informasi (Y1)			
	Keakuratan Informasi (Y1.1)	Ketepatan Waktu (Y1.2)	Kelengkapan Informasi (Y1.3)	Format Informasi (Y1.4)
Usia (X1.1)	0,647**	0,570**	0,673**	0,681**
Jenis Kelamin (X1.2)	0,644**	0,508**	0,508**	0,513**
Pendidikan (X1.3)	0,724**	0,696**	0,628**	0,641**

Berdasarkan hasil analisis uji korelasi spearman, didapatkan bahwa karakteristik mahasiswa, yaitu usia, jenis kelamin, dan tingkat Pendidikan memiliki hubungan yang signifikan dan positif dengan penilaian mahasiswa terhadap kualitas pelayanan informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @infosvipb. hubungan positif ini menunjukkan bahwa semakin tinggi usi dan tingkat Pendidikan

mahasiswa dan adanya perbedaan jenis kelamin pada mahasiswa, maka semakin kuat hubungannya dengan penilaian yang positif terhadap kualitas pelayanan informasi.

Ketiga karakteristik tersebut, Pendidikan adalah indikator yang memiliki pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan indikator lainnya, salah satunya adalah dalam keakuratan informasi dan ketepatan waktu. Sehingga kualitas pelayanan informasi akun @infosviob dinilai semakin baik Ketika adanya peningkatan usia dan Pendidikan responden, dan factor pendidika menjadi indikator yang memiliki pengaruh yang cukup besar.

Hubungan Terpaan Media dengan Kualitas Pelayanan Informasi akun Instagram @infosvipb

Tabel 12. Hubungan variabel X2 dan Y1

Terpaan Media (X1)	Kualitas Pelayanan Informasi (Y1)			
	Keakuratan Informasi (Y1.1)	Ketepatan Waktu (Y1.2)	Kelengkapan Informasi (Y1.3)	Format Informasi (Y1.4)
Frekuensi (X1.1)	0,655**	0,675**	0,693**	0,713**
Durasi (X1.2)	0,630**	0,613**	0,617**	0,629**
Atensi (X1.3)	0,731**	0,681**	0,761**	0,637**

Hasil analisis uji korelasi spearman ini menunjukkan bahwa terpaan media yang diukur dengan tiga indikator, yaitu frekuensi, durasi, dan atensi memiliki hubungan yang kuat dan positif dengan penilaian terhadap kualitas pelayanan informasi akun Instagram @infosvipb. analisis ini menunjukkan bahwa semakin intens dan fokus mahasiswa mengonsumsi konten, maka semakin baik juga penilaian mahasiswa mengenai layanan informasi yang diberikan.

Diantara ketiga indikator tersebut, atensi adalah indikator yang paling kuat dibandingkan dengan indikator lainnya. Atensi erat hubungannya dengan kelengkapan informasi dan keakuratan informasi. Selain itu frekuensi mahasiswa dalam mengakses akun Instagram @infosvipb memiliki hubungan yang kuat dengan format informasi, dan yang terakhir yaitu durasi, durasi juga menunjukkan hubungan positif dan erat hubungannya keakuratan informasi, namun dampaknya tidak cukup kuat jika dibandingkan dengan indikator frekuensi dan antensi. Sehingga kualitas pelayanan informasi akun Instagram @infosvipb dinilai semakin baik jika adanya peningkatan frekuensi, durasi, dan atensi mahasiswa.

E. DISKUSI

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa menilai mengenai kualitas pelayanan informasi dari akun instagram @infosvip selama ini positif. Hal ini sejalan dengan hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya, bahwa karakteristik mahasiswa dan terpaan media memiliki hubungan yang kuat dengan kualitas pelayanan informasi. Informasi yang jelas dan menarik menjadi salah satu aspek yang membuat banyak mahasiswa lebih mudah untuk memahami dan memproses informasi yang disampaikan tersebut. Sehingga informasi tersebut mampu menarik atensi dari mahasiswa.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa karakteristik setiap mahasiswa yang

berbeda, dimulai dari jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan atau semester tidak menjadi sebuah hambatan dalam proses penerimaan informasi. Informasi yang disampaikan oleh akun tersebut dinilai sudah mampu memenuhi kebutuhan mahasiswa, baik untuk yang berbeda jenis kelamin, usia dan tingkat pendidikan atau semester. Mahasiswa menunjukkan perhatian yang sama pada informasi yang telah diberikan. Sehingga, informasi lebih bergantung pada kualitasnya yang dapat memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa sehingga mahasiswa dapat memahami informasi dengan baik, bukan pada perbedaan karakteristik mahasiswa dalam memahami informasi yang disampaikan.

keterkaitan yang kuat antara hubungan terpaan media dengan kualitas pelayanan informasi, menunjukkan bahwa media sosial, salah satunya adalah instagram menjadi media yang digunakan oleh mahasiswa untuk memperoleh sebuah informasi, salah satunya mengenai informasi, kegiatan, ataupun pengumuman yang ada di kampus. Jika mahasiswa sudah merasa bahwa informasi yang disampaikan tersebut sudah sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dan berisi informasi yang dibutuhkan oleh mahasiswa, maka mahasiswa akan lebih mudah untuk bergantung dan percaya pada akun tersebut.

F. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini secara keseluruhan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan informasi akun Instagram @infosvipb dapat diterima dengan sangat positif oleh mahasiswa berdasarkan jawaban responden yang telah disebarluaskan melalui Google Form kepada mahasiswa Sekolah Vokasi IPB University. Selain itu, kedua variabel X, yaitu karakteristik mahasiswa dan terpaan media memiliki hubungan yang kuat dan signifikan dengan kualitas pelayanan informasi mahasiswa.

Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (Ha) diterima, yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan positif antara terpaan media, sebagai variabel X dengan kualitas pelayanan informasi, sebagai variabel Y. hal ini terlihat jika semakin intens dan fokus mahasiswa terhadap informasi yang disampaikan, maka semakin baik penilaian yang mereka berikan pada layanan informasi yang diberikan oleh akun Instagram @infosvipb.

Pada variabel X, yaitu terpaan media, terdapat indikator yang paling kuat dan menentukan dalam hubungan, yaitu atensi atau fokus perhatian mahasiswa dengan terpaan media. Atensi ini mendapat hasil yang positif dengan nilai tertinggi pada indikator Y yaitu kelengkapan dan keakuratan informasi. Hal ini diperkuat dengan pernyataan analisis deskriptif yang telah dilakukan, bahwa mahasiswa memberikan tingkat perhatian tinggi pada informasi, maka informasi tersebut akan semakin mudah untuk dipahami dan memberikan manfaat yang optimal untuk mahasiswa.

Adapun mengenai karakteristik mahasiswa, perbedaan karakteristik ini tidak menjadi sebuah hambatan dalam proses penerimaan informasi oleh mahasiswa dari akun Instagram @infosvipb. Pendidikan menjadi indikator yang menunjukkan hubungan yang kuat dengan penilaian kualitas pelayanan informasi mahasiswa. Khususnya memiliki hubungan yang kuat dengan variabel Y, yaitu keakuratan informasi dan ketepatan waktu. Dengan demikian. Kualitas pelayanan informasi yang telah diberikan oleh akun Instagram @infosvipb sudah efektif dan optimal, hal ini didukung dengan adanya karakteristik mahasiswa dan juga terpaan media yang cukup tinggi. Sehingga hipotesis alternatif (Ha) dapat diterima.

REFERENSI

Amalia, N., Fitria, M., & Firliando, R. (2025). Pemanfaatan Media Instagram Dalam Pengembangan Pembangunan. *Jurnal Sosial Humaniora*. 16(1)

- Putra A., & Nuraeni Y. (2025). Pengaruh Terpaan Media Aplikasi Noice Dan Kredibilitas Sumber Pada Podcast Horor “Scariest Case Of Ghost Ranger Indonesia” Terhadap Kepuasan Subscriber. *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*. 9(1)
- Fajari, N., & Khuntari, D. (2023). Pengaruh Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers @Wonosobozone. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*. 3(2): 42-55
- Hendarsih, V.G., & Banowo, E. (2023). Pengaruh Terpaan dan Kredibilitas Instagram @Netflixid Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Trailer Film Bagi Followers. *Jurnal Komunikasi Nusantara*. 5(1), 102-113
- Indra, A. (2020). Pengaruh Karakteristik Demografi, Masa Kerja dan Perceived Organizational Support Terhadap Komitmen Afektif di PT. Bensatra Advertising Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi*, 1(2)
- Rahim SM, U.A., Chandra M. (2020). Pesan-Pesan Komunikasi Edukatif Dalam Mendidik Anak (Tinjauan Perspektif Komunikasi Islam). *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Kajian Islam*. 7(1)
- Ramadhan S., & Safitri N. (2021). Model Kesuksesan Sistem Informasi Delone Dan Mclean Terhadap Sistem Informasi Akademik Pada Universitas Bina Insani. 5(2): 85-96
- Safira, N.W., Zurani, I. (2022). Pengaruh Terpaan Media Instagram @Pekanbarukuliner Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 11(2), 77-85
- Saipul, Rahmawati U, Widyastuti, Elisabeth CR, Haryanto R. (2025). Membangun Branding Melalui Komunikasi Digital. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(2)
- Sutrisno, A.P., & Mayangsari, I.D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. 5(2)
- Setyadarma, M.F., & Syamsudin. (2023). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna e-learning di Perguruan Tinggi. 1(1): 37-50