

STRATEGI INFORMASI DAN LITERASI MAHASISWA BARU MELALUI INSTAGRAM @umbengkulu

Erisa Anata¹, Fitria Yuliani²

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Bengkulu

¹erisaanata@gmail.com

INFO ARTIKEL

ABSTRAK

Diterima :
13 Juni 2025
Disetujui:
20 Juni 2025
Dipublish:
24 Juni 2025

Kata Kunci:

Instagram
Informasi
Literasi

Penelitian ini mengkaji peran strategis akun Instagram @umbengkulu dalam mendukung literasi informasi dan proses adaptasi akademik mahasiswa baru Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB). Temuan menunjukkan bahwa @umbengkulu tidak hanya menjadi sumber informasi utama yang akurat dan konsisten, tetapi juga menyajikan konten edukatif secara menarik, komunikatif, dan mudah dipahami, sesuai dengan karakteristik generasi digital. Pemanfaatan berbagai fitur Instagram seperti feed, reels, story, dan IGTV mencerminkan strategi komunikasi multimodal yang efektif. Selain itu, interaksi dua arah melalui Direct Message (DM) dan kolom komentar menunjukkan responsivitas tinggi yang berkontribusi dalam mengurangi kebingungan dan memperkuat keterikatan emosional mahasiswa terhadap institusi. Akun ini juga berfungsi sebagai agen literasi digital, membantu mahasiswa memilah informasi kredibel di tengah banjir informasi digital. Kendati demikian, penelitian juga menemukan tantangan, terutama dalam penyampaian istilah akademik yang kompleks. Oleh karena itu, disarankan inovasi konten yang lebih interaktif seperti sesi tanya jawab, polling, kuis, dan live session bersama civitas akademika. Secara keseluruhan, @umbengkulu terbukti menjadi media sosial edukatif dan partisipatif yang efektif dalam menjembatani mahasiswa baru dengan dunia akademik yang dinamis dan kompleks.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia pendidikan. Di era digital seperti saat ini, penggunaan internet dan media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat, khususnya generasi muda. Indonesia mengalami peningkatan signifikan dalam penetrasi internet, yang turut mendorong transformasi digital di sektor pendidikan (APJII, 2023). Media sosial menjadi sarana utama dalam penyebaran informasi dan komunikasi, tidak hanya dalam

lingkup pribadi, tetapi juga dalam konteks kelembagaan, seperti universitas dan lembaga pendidikan tinggi lainnya.

Kemunculan berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, dan TikTok memungkinkan institusi pendidikan untuk membangun komunikasi yang lebih efektif dengan mahasiswa dan publik. Di antara berbagai platform tersebut, Instagram memiliki daya tarik tersendiri karena sifatnya yang visual, interaktif, dan mudah diakses. Platform ini mampu menyajikan informasi dalam bentuk visual (foto, video, infografis) yang menarik dan mudah dicerna oleh pengguna, terutama generasi muda yang cenderung lebih menyukai konten visual daripada teks panjang (Alhabsyi & Kurniawan, 2021).

Kota Bengkulu sebagai salah satu pusat pendidikan di wilayah barat Indonesia juga merasakan dampak dari perkembangan ini. Beberapa perguruan tinggi di kota ini, seperti Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB), Universitas Bengkulu (UNIB), dan Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno, mulai mengadopsi media sosial sebagai sarana komunikasi dan informasi kampus. Penggunaan media sosial oleh universitas bukan hanya untuk promosi institusi, tetapi juga sebagai media literasi dan penyampaian informasi yang relevan kepada mahasiswa, khususnya mahasiswa baru yang sedang dalam proses adaptasi terhadap lingkungan akademik yang baru (Rahmah & Pramudyo, 2021).

UMB melalui akun Instagram resminya @umbengkulu, menjadi salah satu contoh pemanfaatan media sosial secara strategis dalam penyampaian informasi dan literasi kampus. Berdasarkan hasil pra-penelitian, akun Instagram @umbengkulu memiliki jumlah pengikut yang paling tinggi dibandingkan dengan platform media sosial resmi UMB lainnya, yakni mencapai lebih dari 12 ribu pengikut. Konten yang disajikan mencakup informasi akademik, kegiatan kemahasiswaan, promosi program studi, dan berbagai informasi umum lainnya yang sangat dibutuhkan oleh mahasiswa baru dalam proses adaptasi di lingkungan kampus.

Mahasiswa baru merupakan kelompok yang rentan terhadap disinformasi dan misinformasi karena minimnya pengalaman serta keterbatasan dalam mengenali sumber informasi yang kredibel. Oleh karena itu, mereka membutuhkan media yang tidak hanya informatif tetapi juga mampu mendorong literasi digital yang baik. Literasi digital sendiri mencakup kemampuan untuk mengakses, memahami, mengevaluasi, dan menggunakan informasi secara efektif melalui perangkat digital (Livingstone, 2004).

Literasi media mencakup keterampilan untuk memahami, menganalisis, dan memproduksi pesan dalam berbagai bentuk media, yang sangat penting untuk mendorong pemanfaatan media secara cerdas dan bertanggung jawab (Devito, 2008).

Instagram, dengan fitur-fiturnya seperti posting, stories, reels, dan IGTV, memungkinkan universitas untuk menyampaikan informasi secara kreatif dan interaktif. Fitur-fitur ini sangat sesuai dengan karakteristik mahasiswa baru yang lebih responsif terhadap konten visual dan audio-visual daripada teks konvensional. Lebih jauh, komunikasi dua arah yang dimungkinkan melalui komentar dan direct message pada Instagram juga memberikan ruang bagi mahasiswa untuk berinteraksi langsung dengan pihak kampus, sehingga menciptakan ekosistem komunikasi yang lebih terbuka dan partisipatif (Putri & Handayani, 2020).

Pemanfaatan Instagram @umbengkulu sebagai media informasi dan literasi juga selaras dengan upaya universitas dalam meningkatkan kemampuan literasi mahasiswa di era digital. Konten-konten edukatif seperti tips akademik, pengenalan dosen dan program studi, serta infografis mengenai layanan kampus dapat membantu mahasiswa baru dalam menavigasi dunia kampus dengan lebih percaya diri dan mandiri. Selain itu, media sosial juga dapat menjadi sarana untuk membangun identitas dan citra institusi yang positif di mata mahasiswa dan masyarakat.

Dengan demikian, pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, sebagai strategi informasi dan literasi menjadi langkah yang relevan dan strategis dalam mendukung proses adaptasi dan pemberdayaan mahasiswa baru. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi informasi dan literasi yang diterapkan melalui akun Instagram @umbengkulu serta mengevaluasi efektivitasnya dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa baru di Universitas Muhammadiyah Bengkulu

2. Metodologi Penelitian

2.1. Pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan, maupun perilaku yang dapat diamati dari subjek penelitian. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk memperoleh temuan yang tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau perhitungan numerik

lainnya. Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian lapangan (*field research*), dan berdasarkan karakteristik permasalahan yang dikaji, penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif dengan metode kualitatif.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Dalam penelitian ini, data primer digunakan peneliti sendiri yang secara langsung mengumpulkan informasi yang dibutuhkan, bersumber dari objek penelitian utama. Sedangkan data sekunder digunakan dengan cara menghimpun data dari referensi lain yang telah dianalisis oleh pihak, seperti informasi tentang Speedtuner, referensi dari beragam literatur, situs web, buku, serta catatan yang berkaitan erat dengan permasalahan yang sedang dianalisis.

Pemilihan informan dalam penelitian ini ditetapkan langsung oleh peneliti berdasarkan relevansi dan penguasaannya terhadap topik yang dikaji. Metode yang digunakan dalam pemilihan informan adalah Purposive Sampling memilih informan secara sengaja sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan penelitian. Dalam penelitian peneliti memiliki dua informan yaitu informan pokok dan informan kunci.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan tiga metode utama: (1) observasi, peneliti mencatat fenomena atau perilaku yang terjadi dengan menggunakan pancaindra, baik secara partisipatif maupun non-partisipatif; (2) wawancara yang dilakukan dengan dokter dan pasien untuk mengumpulkan informasi tentang pengalaman mereka dalam komunikasi antarbudaya; dan (3) dokumentasi meliputi pengumpulan berbagai sumber seperti buku, artikel, tulisan, serta dokumen lain yang relevan dengan topik penelitian.

Analisis data dilakukan secara induktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Peneliti mengidentifikasi strategi informasi dan literasi bagi mahasiswa baru um Bengkulu melalui instagram

2.2. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah observasi dan dokumentasi.

a. Observasi

Dalam penelitian ini, observasi dilakukan terhadap mahasiswa baru serta akun Instagram @umbengkulu, khususnya pada konten yang memuat informasi

penting. Inti dari observasi adalah adanya perilaku nyata yang bisa diamati dan diukur, baik yang terlihat langsung, terdengar, dihitung, maupun dianalisis.

b. Wawancara

Proses wawancara ini dilakukan menggunakan daftar pertanyaan yang telah dirancang sebelumnya sebagai panduan yang memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi jawaban secara lebih luas dan mendalam. Teknik ini dipilih untuk memastikan keakuratan data dan informasi yang didapat dari narasumber.

c. Dokumentasi

Salah satu bentuk dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah foto, yang berfungsi sebagai sumber informasi visual untuk menggambarkan suatu peristiwa. Melalui metode ini, peneliti dapat memperoleh tambahan data dan informasi yang terhubung langsung dengan penelitian serta mendukung validitas hasil penelitian yang dilakukan.

3. Teori

Instagram

Instagram adalah platform media sosial yang berfokus pada berbagi foto dan video secara daring. Nama "Instagram" sendiri mencerminkan fungsi utama aplikasi ini. Kata "insta" diambil dari kata "instan", yang mengacu pada kamera Polaroid yang dahulu populer karena kemampuannya menghasilkan foto secara cepat atau seketika, sehingga dikenal sebagai "foto instan" (Ayes Novaldo, 2016). Bambang mengungkapkan, Instagram adalah aplikasi yang dirancang untuk ponsel pintar dan berfungsi sebagai platform jejaring sosial. Meskipun memiliki kesamaan dengan media digital lain seperti Twitter, perbedaan utamanya terletak pada kemampuannya untuk menyajikan foto dengan sentuhan yang lebih estetis dan menarik. Berkat fitur-fiturnya yang khas, Instagram telah menjadi wadah bagi inspirasi dan kreativitas yang dapat dinikmati oleh para penggunanya (Ayes Novaldo, 2016).

Pengguna Media Sosial Instagram sekarang sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Para pengguna seolah menganggap media sosial sebagai salah satu kebutuhan utama dalam aktivitas mereka. Penggunaan media sosial kini tidak lagi sebatas untuk berkomunikasi, melainkan telah berkembang menjadi sarana untuk memanfaatkan berbagai fitur unik yang ditawarkan setiap platform.

Instagram Sebagai Media Informasi

Instagram sebagai platform informasi merupakan alat yang efektif untuk menyampaikan berbagai konten kepada audiens yang luas. Instagram memiliki banyak pengguna di seluruh dunia termasuk Indonesia, memungkinkan organisasi, kelompok, dan individu untuk menjangkau khalayak dengan cepat dan efektif. Pengguna dapat menyampaikan informasi dengan cara yang mudah dan menarik, interaktif dengan menggunakan fitur Instagram, seperti *feed*, *Instagram Stories*, dan *Reels*. Selain meningkatkan keterlibatan pengguna, hal ini memungkinkan penyampaian pesan yang lebih sederhana dan mudah dipahami. Oleh sebab itu membuat Instagram dapat membantu orang mencari informasi cepat dan relevan. Kemudian, penggunaan Instagram sebagai media informasi juga mencerminkan perubahan dalam cara masyarakat mengonsumsi berita.

Sebuah studi menunjukkan bahwa sekitar 68% orang Indonesia mendapatkan berita melalui platform media sosial, termasuk Instagram (Beno et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat kini lebih memilih akses cepat dan mudah untuk mencari informasi dibandingkan dengan media cetak tradisional. Dengan demikian, Instagram bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi saja tetapi juga sebagai sumber informasi dan berperan untuk meningkatkan literasi yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat modern. Penggunaan Instagram sebagai sumber informasi telah membawa dampak signifikan terhadap cara masyarakat berinteraksi. Perubahan perilaku ini mencerminkan pergeseran dari media tradisional ke platform digital yang lebih interaktif dan responsif. Sebagai contoh, akun-akun resmi pemerintah dan lembaga publik ataupun lembaga pendidikan kini aktif menggunakan Instagram untuk menyampaikan kebijakan, pengumuman, dan informasi penting lainnya kepada masyarakat luas termasuk mahasiswa.

Media informasi mempunyai manfaat sebagai sumber utama informasi, untuk mempromosikan berbagai kehidupan yang ada di kampus, dan media informasi yang beragam sebagai berikut (Chen & Lan 2021):

1. Sumber utama informasi, Sumber Informasi Utama mengacu pada saluran atau media yang menjadi acuan utama untuk mencari atau mendapatkan informasi yang diperlukan. Dalam penelitian ini akun Instagram @umbengkulu berperan sebagai sumber utama informasi mengenai berbagai informasi yang relevan, seperti penerimaan mahasiswa baru, kuliah umum, dan seminar, atau mengenai lingkungan kampus yang dianggap penting mahasiswa khususnya mahasiswa baru.

2. Promosi keberagaman dan kehidupan kampus, Instagram @umbengkulu berfungsi sebagai sarana promosi digital. Promosi yang dilakukan mencakup kampus Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Serta berbagai kegiatan di kehidupan kampus.
3. Media informasi yang beragam, Pada penggunaan berbagai jenis media yang variatif untuk menyampaikan informasi kepada mahasiswa. Dalam penelitian ini, akun Instagram @umbengkulu dianggap sebagai platform yang menawarkan berbagai bentuk informasi.

Literasi Media

Literasi media merupakan kemampuan individu untuk memahami dan menyadari peran media serta isi pesan yang disampaikan dalam ranah komunikasi massa. Istilah ini berasal dari bahasa Inggris *media literacy*, yang terdiri dari kata *media* sebagai sarana pertukaran informasi, dan *literacy* yang berarti kemampuan untuk memahami (Rubbin, 1998). Literasi media mencakup proses mengakses, mengevaluasi secara kritis isi media, serta memproduksi pesan menggunakan berbagai perangkat media (Hobbs, 2010). Literasi media adalah pemahaman sumber, teknologi komunikasi, yang digunakan, pesan yang didapat, seleksi, interpretasi, dan dampak dari pesan itu sendiri (Bruce, 2020).

Literasi Media yaitu kemampuan dalam mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan menciptakan pesan dalam berbagai bentuk media. Literasi ini meliputi pemahaman mengenai bagaimana suatu media bekerja dan bagaimana pesan itu disampaikan, dan bagaimana media memengaruhi individu maupun masyarakat. Di Indonesia, istilah ini lebih dikenal dengan sebutan melek media, yang dipandang sebagai solusi atas berbagai pandangan masyarakat terkait pengaruh serta dampak negatif yang kerap muncul dari konten media massa. Oleh karena itu, diperlukan pengetahuan, kesadaran, dan keterampilan yang memadai bagi khalayak agar mampu menilai pesan atau informasi secara kritis. Proses evaluasi ini mencakup tahapan pemilihan pesan, penafsiran, serta penilaian terhadap dampak dari pesan yang diterima (Sari & Prasetya, 2022)

4. Temuan dan Pembahasan

a. Instagram @umbengkulu sebagai Sumber Informasi Utama

Penelitian ini mengungkapkan bahwa akun Instagram resmi Universitas Muhammadiyah Bengkulu, yaitu @umbengkulu, memainkan peran strategis sebagai sumber informasi utama, khususnya bagi mahasiswa baru. Akun ini tidak hanya berfungsi sebagai media sosial biasa, melainkan telah dirancang secara khusus sebagai saluran komunikasi resmi universitas. Melalui wawancara dengan tim Humaspedia selaku pengelola akun, yakni Noveriyanto dan Andri Sartika, terungkap bahwa @umbengkulu dibangun dengan tujuan utama untuk mempermudah penyebaran informasi yang cepat, akurat, dan terpercaya. Noveriyanto menegaskan bahwa timnya berupaya menjadikan akun ini sebagai platform yang informatif sekaligus ramah terhadap mahasiswa.

“Kami berusaha menjadikan @umbengkulu sebagai platform yang informatif dan ramah mahasiswa. Informasi seperti jadwal akademik, sistem perkuliahan, beasiswa, serta event kampus kami sajikan secara berkala dengan bahasa yang mudah dipahami,” jelasnya.

Andri Sartika menambahkan bahwa akun ini memanfaatkan secara optimal seluruh fitur yang disediakan oleh Instagram.

“Kami memanfaatkan semua fitur Instagram, dari feed, reels, story, sampai IGTV. Tujuannya agar mahasiswa tidak hanya membaca informasi, tapi juga tertarik dan merasa terhubung dengan kampus,” ujarnya.

Konten yang dipublikasikan di akun @umbengkulu tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga memiliki muatan edukatif dan inspiratif. Beragam unggahan, mulai dari motivasi akademik, edukasi keagamaan, hingga apresiasi terhadap prestasi mahasiswa, disajikan secara menarik dan konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa akun @umbengkulu tidak hanya menjadi saluran informasi, tetapi juga membangun kedekatan emosional antara institusi dan mahasiswa. Dengan demikian, akun ini telah berhasil mengambil peran penting sebagai jembatan komunikasi yang efektif di lingkungan Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

b. Responsif terhadap Interaksi Mahasiswa

Salah satu temuan penting dalam penelitian ini adalah tingginya tingkat responsivitas akun Instagram resmi Universitas Bengkulu, @umbengkulu, terhadap interaksi dari mahasiswa. Akun ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi wadah komunikasi dua arah yang efektif antara pihak universitas dan mahasiswa. Melalui fitur Direct Message (DM) serta kolom komentar, mahasiswa memiliki akses langsung untuk menyampaikan pertanyaan, saran, ataupun kendala yang mereka alami. Menariknya, respons dari pihak pengelola akun umumnya diberikan dalam waktu singkat, mencerminkan komitmen terhadap pelayanan informasi yang cepat dan ramah.

Temuan ini diperkuat oleh sejumlah testimoni dari mahasiswa Universitas Bengkulu. Ryan Dezh Hidayatullah, mahasiswa dari Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, menyatakan bahwa dirinya merasa sangat terbantu dengan keberadaan akun @umbengkulu.

“Saat bingung soal jadwal pengisian KRS, saya tanya lewat DM, dan langsung dibalas. Adminnya ramah dan informatif,” ungkapinya.

Hal serupa juga dirasakan oleh Renia Ramadhani, mahasiswa baru angkatan 2024, yang telah mengikuti akun tersebut sejak tahap daftar ulang. Ia menyampaikan bahwa informasi yang dibagikan sangat lengkap, mencakup pengenalan kampus, beasiswa, hingga kegiatan mentoring. Sementara itu, Cinndy Tri dari Fakultas Ekonomi menyoroti kemudahan yang ditawarkan oleh akun ini, terutama bagi mahasiswa rantau.

“Yang saya suka dari akun ini, kita bisa langsung bertanya tanpa harus datang ke kampus. Ini sangat membantu mahasiswa rantau seperti saya,” tuturnya.

Dari berbagai tanggapan tersebut, dapat disimpulkan bahwa akun @umbengkulu berhasil menciptakan ruang komunikasi yang responsif dan inklusif. Keaktifan dalam menanggapi interaksi mahasiswa menunjukkan bahwa akun ini tidak hanya menjalankan fungsi penyampaian informasi secara satu arah, melainkan juga membangun relasi yang erat dengan mahasiswa melalui komunikasi dua arah yang konsisten dan penuh

c. Instagram sebagai Media Literasi Digital

Dalam era digital yang semakin kompleks, akun Instagram @umbengkulu tidak hanya berperan sebagai kanal penyebaran informasi, tetapi juga menjadi media literasi digital yang signifikan bagi mahasiswa baru Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Keberadaan akun ini telah membantu mahasiswa baru dalam memahami lingkungan kampus, membedakan informasi yang kredibel di tengah arus informasi digital yang cepat, serta menyesuaikan diri dengan sistem pembelajaran di perguruan tinggi.

Peran ini ditegaskan oleh Noveriyanto, salah satu pengelola akun @umbengkulu, yang menjelaskan bahwa pihaknya menyadari banyak mahasiswa baru yang masih belum terbiasa dengan ritme dan istilah khas dunia kampus. Oleh karena itu, mereka secara konsisten membuat konten-konten yang ringan namun informatif untuk memfasilitasi proses belajar dan adaptasi mahasiswa baru secara perlahan.

“Kami menyadari mahasiswa baru banyak yang belum terbiasa dengan ritme dan istilah kampus. Maka, kami buat konten yang ringan tapi informatif, agar mereka bisa belajar secara perlahan,” ujarnya.

Pandangan ini diperkuat oleh testimoni dari Azzahra Rahmadhani, seorang mahasiswa baru dari Fakultas Hukum. Ia mengungkapkan bahwa pada awalnya ia mengalami kebingungan dalam membedakan informasi resmi dan hoaks. Namun, berkat unggahan-unggahan @umbengkulu yang menyajikan informasi penting dengan visual yang menarik dan mencantumkan sumber yang jelas, ia menjadi lebih paham dan percaya terhadap informasi yang disampaikan.

“Awalnya saya bingung bedakan mana info yang resmi mana yang hoaks. Tapi karena @umbengkulu sering posting info penting dengan visual yang jelas dan sumber yang disebutkan, saya jadi lebih percaya dan paham mana yang benar,” jelasnya.

Melalui strategi komunikasi yang edukatif dan keterlibatan langsung dengan mahasiswa, akun @umbengkulu terbukti berperan penting dalam memfasilitasi proses adaptasi mahasiswa baru terhadap budaya akademik dan kehidupan kampus secara menyeluruh. Peran ini menempatkannya sebagai salah satu bentuk inovasi literasi digital yang efektif di lingkungan perguruan tinggi.

d. Tantangan dan Rekomendasi

Meskipun akun Instagram resmi Universitas Muhammadiyah Bengkulu (@umbengkulu) menunjukkan kinerja yang cukup baik dalam menyampaikan informasi dan membangun citra lembaga, penelitian ini menemukan bahwa masih terdapat sejumlah tantangan dalam pengelolaannya. Salah satu isu utama yang dihadapi adalah penggunaan istilah-istilah kampus yang kurang familiar bagi mahasiswa baru, seperti “KRS,” “PKKMB,” dan “KKN.” Ketidaksesuaian ini menciptakan kesenjangan pemahaman antara pengelola akun dan sebagian pengikutnya, khususnya mahasiswa baru. Seorang mahasiswa, Cinndy Tri, mengungkapkan bahwa ia kerap merasa bingung dengan istilah-istilah tersebut. Ia menyampaikan,

“Kadang saya harus tanya teman dulu, soalnya beberapa istilah nggak dijelaskan di postingan. Mungkin bisa ditambah glosarium atau penjelasan singkat di caption.”

Selain tantangan dalam penyampaian informasi, aspek keamanan digital juga menjadi perhatian penting. Mengingat akun @umbengkulu merupakan wajah digital kampus, maka perlindungan terhadap akses dan data menjadi krusial. Noveriyanto, salah satu pihak yang terlibat dalam pengelolaan akun, menuturkan bahwa mereka telah menerapkan sistem verifikasi dua langkah untuk menjaga keamanan akun. Ia menjelaskan,

“Kami sudah pakai verifikasi dua langkah, tapi tetap harus waspada. Pernah ada upaya login mencurigakan, untung cepat kami tangani.”

Dari sisi konten, sebagian mahasiswa mengharapkan adanya peningkatan dalam variasi materi serta interaksi yang lebih langsung dan menarik. Azzahra Rahmadhani, misalnya, menyarankan agar akun tersebut tidak hanya berfokus pada pengumuman formal, tetapi juga menyisipkan konten yang bersifat interaktif dan partisipatif, seperti sesi tanya jawab, kuis, atau konten yang lebih dekat dengan kehidupan mahasiswa sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan audiens menjadi elemen penting yang perlu lebih diperhatikan dalam pengelolaan media sosial kampus.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas komunikasi, keamanan digital, dan strategi konten dalam pengelolaan akun media sosial institusi pendidikan, agar dapat menjangkau audiens secara lebih efektif dan inklusif.

Pembahasan

Penelitian ini mengangkat akun Instagram @umbengkulu sebagai sarana komunikasi strategis dalam mendukung proses literasi informasi mahasiswa baru Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB). Instagram, sebagai platform media sosial yang populer di kalangan generasi muda, telah digunakan secara maksimal oleh pihak kampus untuk memenuhi kebutuhan informasi, edukasi, serta adaptasi mahasiswa terhadap lingkungan akademik yang baru mereka masuki.

1. Instagram @umbengkulu sebagai Sumber Informasi Utama

Dari hasil wawancara dengan pengelola akun dan testimoni mahasiswa, dapat disimpulkan bahwa akun @umbengkulu memainkan peran penting sebagai pusat informasi digital kampus. Informasi yang disampaikan mencakup jadwal akademik, prosedur administratif seperti pengisian KRS, kegiatan akademik dan non-akademik, informasi beasiswa, hingga pengumuman terkait event kampus dan prestasi mahasiswa. Kekuatan akun ini terletak pada konsistensi dan keakuratan informasi, serta kemampuan menyajikan konten dalam format yang menarik dan mudah dipahami oleh mahasiswa baru.

Hal ini penting karena banyak mahasiswa baru berasal dari latar belakang yang belum terbiasa dengan struktur dan terminologi dunia perguruan tinggi. Pernyataan dari Noveriyanto, selaku pengelola akun, menekankan bahwa konten tidak hanya ditujukan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga dibalut dengan pendekatan komunikatif dan ramah mahasiswa. Tujuan utamanya adalah menjadikan @umbengkulu sebagai “media informasi resmi dan terpercaya” yang sekaligus mampu membangun keintiman emosional antara mahasiswa dan institusi. Upaya untuk menggunakan berbagai fitur Instagram seperti feed, reels, story, dan IGTV mencerminkan strategi komunikasi multimodal yang tidak hanya menargetkan penyampaian pesan, tetapi juga menciptakan keterlibatan emosional

dan visual yang tinggi. Ini menjadi langkah penting dalam menyiasati perubahan perilaku konsumsi informasi generasi digital, yang lebih menyukai informasi singkat, visual, dan interaktif.

2. Responsivitas dan Interaksi Dua Arah sebagai Kunci Efektivitas

Komunikasi yang efektif tidak hanya terjadi saat informasi disampaikan, tetapi juga saat audiens memiliki ruang untuk bertanya, menanggapi, dan mendapatkan balasan. Dalam hal ini, @umbengkulu menunjukkan tingkat responsivitas yang sangat baik. Akun ini tidak hanya berfungsi sebagai corong satu arah, melainkan menjadi ruang dialog yang aktif antara mahasiswa dan kampus. Fitur Direct Message (DM) dan kolom komentar digunakan mahasiswa untuk menyampaikan pertanyaan atau keluhan, yang secara umum ditanggapi secara cepat dan ramah oleh pengelola akun.

Hal ini sangat penting dalam konteks adaptasi mahasiswa baru, yang umumnya mengalami kebingungan, stres informasi, atau kesulitan dalam memahami mekanisme birokrasi kampus. Respons cepat dan personal dari admin membuat mahasiswa merasa diperhatikan, dimengerti, dan dihargai. Ini menciptakan sense of belonging yang lebih kuat terhadap institusi. Selain itu, komunikasi dua arah juga membangun relasi yang bersifat dialogis dan partisipatif, sebuah pendekatan yang sejalan dengan prinsip literasi digital modern, di mana pengguna tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga berperan sebagai produsen dan aktor dalam proses komunikasi.

3. Instagram sebagai Media Literasi Digital dan Adaptasi Akademik

Di tengah derasnya arus informasi digital yang kerap kali membingungkan, akun @umbengkulu secara tidak langsung telah berperan sebagai media literasi digital. Literasi ini bukan hanya mencakup kemampuan teknis dalam menggunakan media digital, tetapi juga menyentuh aspek kritis dalam menyaring dan memahami informasi yang kredibel. Banyak mahasiswa baru yang mengaku terbantu oleh akun ini dalam membedakan informasi resmi dan informasi palsu (hoaks), serta dalam memahami istilah-istilah kampus yang sebelumnya asing bagi mereka. Penggunaan

visual yang jelas, struktur penyampaian yang runtut, dan penyebutan sumber resmi dalam setiap unggahan menambah nilai kredibilitas akun.

Lebih jauh, akun ini juga memfasilitasi transisi kultural dan sosial mahasiswa baru ke dalam kehidupan akademik kampus. Melalui konten-konten seperti motivasi belajar, edukasi agama, pengenalan unit kegiatan mahasiswa (UKM), hingga pengenalan budaya kampus Muhammadiyah, akun ini mendukung proses pembentukan identitas mahasiswa sebagai bagian dari komunitas akademik yang lebih besar. Dengan demikian, @umbengkulu bukan hanya media sosial biasa, melainkan telah berfungsi sebagai agen literasi digital yang aktif, yang menjembatani mahasiswa dengan dunia akademik yang kompleks dan dinamis.

4. Tantangan dan Rekomendasi untuk Pengembangan Strategi

Meski menunjukkan kinerja yang baik, hasil penelitian ini juga menyoroti beberapa tantangan yang dihadapi pengelola akun. Salah satunya adalah keterbatasan dalam menjelaskan istilah-istilah akademik yang seringkali membingungkan mahasiswa baru, seperti KRS, PKKMB, KKN, dan sebagainya. Mahasiswa merasa informasi yang disampaikan belum cukup menjelaskan konteks atau definisi dari istilah tersebut. Ini mengindikasikan bahwa perlu adanya pendekatan edukatif tambahan, seperti pembuatan glosarium digital, video penjelasan singkat, atau infografis interaktif yang menjelaskan istilah kampus dengan cara yang ringan namun informatif. Selain itu, ada kebutuhan untuk meningkatkan keamanan digital dari akun, mengingat akun ini menjadi representasi resmi institusi.

Upaya seperti autentikasi dua langkah sudah dilakukan, namun sistem keamanan harus terus diperbarui, termasuk pengawasan terhadap aktivitas login yang mencurigakan, serta pelatihan literasi keamanan digital bagi pengelola akun. Rekomendasi lainnya menyangkut inovasi dalam konten dan interaksi. Mahasiswa mengharapkan adanya sesi tanya jawab mingguan, konten berbasis polling, kuis, hingga live session bersama dosen atau alumni. Langkah ini akan memperkuat partisipasi mahasiswa secara langsung, sekaligus meningkatkan engagement akun sebagai media sosial edukatif dan partisipatif

5. Penutup

Penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @umbengkulu berfungsi sebagai sarana komunikasi strategis yang sangat penting dalam mendukung proses literasi informasi dan adaptasi akademik mahasiswa baru Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB). Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer di kalangan generasi muda, dimanfaatkan secara optimal oleh pihak kampus untuk memenuhi kebutuhan informasi yang beragam, mulai dari edukasi akademik hingga pembentukan ikatan emosional antara mahasiswa dan institusi.

Pertama, akun @umbengkulu telah menjadi sumber informasi utama yang terpercaya bagi mahasiswa baru. Informasi yang disajikan sangat beragam, mencakup jadwal akademik, prosedur administratif seperti pengisian KRS, kegiatan akademik dan non-akademik, informasi beasiswa, pengumuman event kampus, serta prestasi mahasiswa. Konsistensi dan keakuratan informasi menjadi kekuatan utama akun ini. Selain itu, penyajian konten yang menarik, komunikatif, dan mudah dipahami sangat membantu mahasiswa baru yang masih awam terhadap terminologi dan struktur dunia perguruan tinggi. Penggunaan berbagai fitur Instagram seperti feed, reels, story, dan IGTV menunjukkan strategi komunikasi multimodal yang efektif untuk menyajikan informasi secara visual dan interaktif, sesuai dengan preferensi konsumsi informasi generasi digital saat ini.

Kedua, responsivitas dan interaksi dua arah menjadi kunci keberhasilan komunikasi yang dilakukan oleh akun @umbengkulu. Tidak hanya sekadar menyampaikan informasi secara satu arah, akun ini juga menyediakan ruang dialog aktif melalui fitur Direct Message (DM) dan kolom komentar. Interaksi yang cepat dan personal antara pengelola akun dengan mahasiswa baru membantu mengurangi kebingungan, stres informasi, dan kesulitan dalam memahami mekanisme birokrasi kampus. Pendekatan komunikasi yang responsif ini menciptakan rasa diperhatikan dan dihargai, sehingga memperkuat rasa memiliki dan keterikatan emosional mahasiswa terhadap universitas. Pendekatan dialogis dan partisipatif ini juga sejalan dengan prinsip literasi digital modern, di mana pengguna tidak hanya sebagai konsumen pasif, tetapi juga berperan aktif dalam proses komunikasi.

Ketiga, akun @umbengkulu berperan sebagai media literasi digital yang efektif, membantu mahasiswa baru menyaring dan memahami informasi yang kredibel di tengah derasnya arus informasi digital yang kerap membingungkan. Literasi digital yang dibangun bukan hanya aspek teknis penggunaan media sosial, tetapi juga mencakup

kemampuan kritis dalam membedakan informasi resmi dari hoaks. Konten yang disusun secara runtut, dengan visual yang jelas dan penyebutan sumber resmi, meningkatkan kredibilitas akun. Selain itu, akun ini turut mendukung proses adaptasi kultural dan sosial mahasiswa baru melalui konten motivasi belajar, edukasi agama, pengenalan unit kegiatan mahasiswa (UKM), dan budaya kampus Muhammadiyah. Dengan demikian, @umbengkulu tidak hanya menjadi media sosial biasa, melainkan agen literasi digital yang aktif, menjembatani mahasiswa dengan dunia akademik yang kompleks dan dinamis.

Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi sejumlah tantangan yang perlu menjadi perhatian. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan dalam menjelaskan istilah-istilah akademik yang sering membingungkan mahasiswa baru, seperti KRS, PKKMB, dan KKN. Sebagai rekomendasi, penelitian menyarankan pengembangan inovasi dalam konten dan interaksi akun, seperti penyelenggaraan sesi tanya jawab mingguan, konten berbasis polling dan kuis, serta live session bersama dosen atau alumni. Upaya ini diharapkan dapat memperkuat partisipasi mahasiswa secara langsung dan meningkatkan keterlibatan mereka, sehingga @umbengkulu dapat terus berfungsi sebagai media sosial edukatif dan partisipatif yang efektif.

Secara keseluruhan, akun Instagram @umbengkulu telah berhasil menjadi sarana komunikasi strategis yang efektif, responsif, dan edukatif dalam mendukung literasi informasi dan proses adaptasi akademik mahasiswa baru di Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Akun ini tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun keterikatan emosional dan sosial yang kuat antara mahasiswa dan institusi, sekaligus membantu mahasiswa mengembangkan literasi digital yang kritis dan adaptif dalam menghadapi tantangan dunia akademik yang semakin kompleks dan dinamis.

REFERENSI

- Alhabsyi & Kurniawan. 2021. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan." *Jurnal Komunikasi Pendidikan* 5 (2): 101–10.
- APJII. 2023. *Laporan Survei Internet APJII 2023*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Ayes Novaldo. 2016. "Indikator Media Sosial." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 1 (1): 1–23.
- Beno, J., Silen, A. ., & Yanti. 2022. "Instagram." *Braz Dent J* 33 (1): 1–12.
- Bruce. 2020. "Literasi Media Media." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53 (9): 1689–99.
- Chen & Lan. 2021. "Dynamics of Public Opinion: Diverse Media and Audiences' Choices." *Jasss* 24 (2).
- Devito. 2008. *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: Karisma Publishing.
- Hobbs. 2010. *Digital and Media Literacy: A Plan of Action*. Washington: The Aspen Institute.
- Livingstone. 2004. "Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies." *The Communication Review* 7 (1): 3–14.
- Putri & Handayani. 2020. "Strategi Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Brand Image Perguruan Tinggi." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 18 (2): 233–44.
- Rahmah & Pramudyo. 2021. "Literasi Digital Mahasiswa Di Era Media Sosial." *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Informasi* 4 (1): 45–54.
- Rubbin. 1998. "Media Literacy: Editor's Note." *Journal of Communication* 48 (1): 3–4.
- Sari & Prasetya. 2022. "Literasi Media Digital Pada Remaja, Ditengah Pesatnya Perkembangan Media Sosial." *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi* 8 (1): 12–25.