



PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KINERJA HUMAS FISIB UNIVERSITAS PAKUAN DALAM PENYEBARAN INFORMASI MELALUI INSTAGRAM

Sabrina Falah Abdullah Sungkar¹, Nazwa Hersya Aulia², Naila Zahra³, Rafli Arya Darmansyah⁴, Wildan Suhenri⁵

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan

ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi di era digital mendorong institusi pendidikan untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi kepada mahasiswa. Salah satu platform yang banyak digunakan adalah Instagram karena mampu menyampaikan informasi secara cepat, mudah diakses, dan interaktif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap kinerja Humas Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB) Universitas Pakuan dalam penyebaran informasi melalui Instagram. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form kepada 50 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu mahasiswa yang aktif menggunakan Instagram dan mengikuti akun Instagram FISIB Universitas Pakuan. Analisis data dilakukan menggunakan analisis deskriptif persentase. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel persepsi mahasiswa, indikator perhatian memperoleh persentase sebesar 77,33% (kategori baik), indikator pemahaman sebesar 83,00% (kategori sangat baik), dan indikator penilaian sebesar 82,38% (kategori sangat baik). Pada variabel kinerja humas, indikator kecepatan penyampaian informasi memperoleh persentase sebesar 76,83% (kategori baik), kualitas informasi sebesar 82,50% (kategori sangat baik), dan efektivitas komunikasi sebesar 82,50% (kategori sangat baik). Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki persepsi yang positif terhadap kinerja Humas FISIB Universitas Pakuan dalam penyebaran informasi melalui Instagram. Aspek yang dinilai paling baik adalah pemahaman informasi, sedangkan aspek yang masih perlu ditingkatkan adalah kecepatan penyampaian informasi.

Keywords: Persepsi Mahasiswa, Kinerja Humas, Penyebaran Informasi, Instagram

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi di era digital telah mendorong perubahan signifikan dalam praktik *public relations*, khususnya dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi. Institusi perguruan tinggi dituntut untuk tidak hanya berfokus pada penyelenggaraan kegiatan akademik semata, tetapi juga mampu membangun citra, reputasi, serta komunikasi yang baik dengan seluruh pemangku kepentingan. Di sinilah peran strategis *public relations* (PR) menjadi sangat relevan. Era digital yang ditandai dengan meningkatnya penggunaan Internet telah melahirkan berbagai platform media sosial yang kini menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern, terutama generasi muda. Media sosial tidak lagi sekadar berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi telah berkembang menjadi kanal komunikasi strategis yang dimanfaatkan oleh berbagai institusi, termasuk perguruan tinggi. Dalam konteks pendidikan, *public relations* memiliki peran strategis sebagai penghubung antara kepentingan lembaga dengan ekspektasi masyarakat, sekaligus berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap mutu layanan pendidikan yang diberikan (Iman & Alfaridli, 2025).

*Corresponding author.

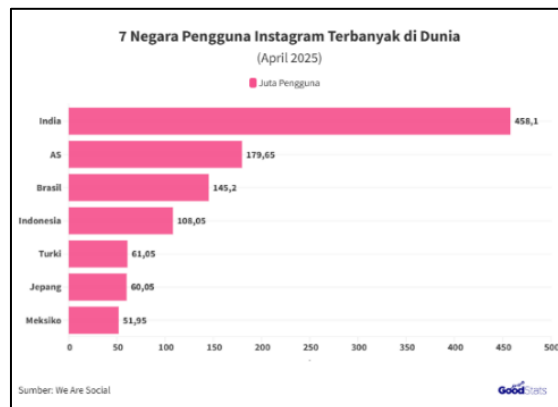
E-mail: hersyanazwaa@gmail.com

Seiring dengan perubahan pola masyarakat dalam mengakses informasi, media sosial kini semakin dominan dan mulai menggantikan peran media konvensional sebagai sarana komunikasi utama.

Perguruan tinggi sebagai institusi pendidikan tidak terlepas dari karakteristik generasi digital yang menjadi target utama komunikasi kampus. Generasi Z dan milenial dikenal sebagai kelompok yang sangat aktif dalam penggunaan media sosial serta menjadikannya sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari (Nasution, 2020). Mereka cenderung menyukai bentuk komunikasi yang visual, interaktif, dan dinamis, serta kurang tertarik pada pola komunikasi yang formal dan kaku (Sari et al., 2024). Selain itu, media sosial juga menjadi ruang utama bagi generasi ini untuk berinteraksi dan memperoleh informasi, dengan tingkat intensitas penggunaan yang cukup tinggi (Ramdani et al., 2023; Pratama, 2024).

Salah satu platform media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Instagram. Platform ini memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi melalui foto, video, maupun fitur interaktif lainnya yang mendukung komunikasi dua arah. Tingginya jumlah pengguna Instagram menjadikan platform ini sebagai media yang potensial dalam penyebaran informasi, termasuk bagi institusi pendidikan. Berdasarkan data terbaru pada tahun 2025, jumlah pengguna Instagram di dunia telah mencapai 1,84 miliar orang pada bulan April 2025. Jumlah ini naik 5,8% jika dibandingkan dengan 3 bulan sebelumnya yang sebanyak 1,74 miliar pengguna. Peningkatan ini menunjukkan bahwa Instagram terus mengalami pertumbuhan yang signifikan sebagai media komunikasi.

Di wilayah Indonesia sendiri, Instagram menjadi salah satu platform yang paling banyak digunakan hingga menduduki urutan ke-4 di dunia setelah India, Amerika Serikat dan Brasil. Hal ini diperkuat oleh laporan *We Are Social* dan *Meltwater* per April 2025 yang menunjukkan bahwa Indonesia termasuk dalam jajaran negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak di dunia, mencapai 108,05 juta pengguna aktif.



Gambar 1. Deretan Negara Pengguna Instagram Tertinggi di Dunia

Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi dan penyebaran informasi telah banyak dilakukan oleh berbagai organisasi, termasuk institusi pendidikan. Instagram dinilai mampu mendukung proses komunikasi melalui berbagai fitur interaktif yang memungkinkan penyampaian informasi secara cepat dan mudah diakses oleh audiens. Penelitian yang dilakukan oleh Ivan Habibillah et al. (2023) menunjukkan bahwa Instagram dapat dimanfaatkan sebagai media informasi humas melalui proses perencanaan, pelaksanaan komunikasi, dan evaluasi yang terstruktur. Simbolon (2024),

dalam penelitian yang dikutip Dennis Bernard & Pupa Aliya (2025), menjelaskan bahwa media sosial menjadi sumber berita yang disukai masyarakat Indonesia karena proses aksesnya cepat dan praktis. Informasi dapat diperoleh hanya dengan membuka perangkat seluler dan mengakses media sosial, kemudian melihat konten yang muncul di halaman beranda.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi organisasi dan media penyebaran informasi, sebagian besar penelitian berfokus pada strategi pengelolaan media sosial, komunikasi digital, dan pembentukan citra institusi. Penelitian yang secara khusus mengkaji persepsi mahasiswa terhadap kinerja humas fakultas dalam penyebaran informasi melalui Instagram masih relatif terbatas. Selain itu, belum ditemukan penelitian yang secara spesifik meneliti persepsi mahasiswa terhadap kinerja Humas Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB) Universitas Pakuan dalam penyebaran informasi melalui Instagram. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kekosongan penelitian tersebut sekaligus memberikan gambaran mengenai penilaian mahasiswa terhadap kinerja humas di lingkungan perguruan tinggi.

Berdasarkan uraian latar belakang dan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi mahasiswa terhadap kinerja Humas Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB) Universitas Pakuan dalam penyebaran informasi melalui Instagram. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai tingkat perhatian, pemahaman, dan penilaian mahasiswa terhadap informasi yang disampaikan melalui Instagram, serta menjadi bahan evaluasi bagi Humas FISIB Universitas Pakuan dalam meningkatkan kualitas penyebaran informasi dan efektivitas komunikasi kepada mahasiswa.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur dan mendeskripsikan persepsi mahasiswa terhadap kinerja Humas Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB) Universitas Pakuan dalam penyebaran informasi melalui Instagram berdasarkan data numerik yang diperoleh dari responden. Menurut Creswell (1994), penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menguji teori melalui pengukuran variabel-variabel yang dianalisis menggunakan prosedur statistik. Sejalan dengan itu, Sugiyono (2012) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian dan analisis data statistik.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB) Universitas Pakuan. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif FISIB Universitas Pakuan yang menggunakan Instagram dan mengikuti akun Instagram FISIB Universitas Pakuan. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 responden.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas variabel persepsi mahasiswa (X) dan variabel kinerja humas (Y). Variabel persepsi mahasiswa diukur melalui indikator perhatian, pemahaman, dan penilaian yang mengacu pada teori persepsi Walgito. Sementara itu, variabel kinerja humas diukur melalui indikator kecepatan penyampaian informasi, kualitas informasi, dan efektivitas komunikasi.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert empat tingkat, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Selain itu, penelitian ini juga didukung oleh studi pustaka yang diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dan sumber referensi lain yang relevan dengan topik penelitian.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif persentase. Persentase setiap indikator dihitung dengan membandingkan skor aktual yang diperoleh dari jawaban responden dengan skor ideal, kemudian dikalikan 100 persen. Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel, persentase, dan uraian deskriptif untuk menggambarkan persepsi mahasiswa terhadap kinerja Humas FISIB Universitas Pakuan dalam penyebaran informasi melalui Instagram.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Data penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa yang menjadi responden penelitian. Setelah dilakukan proses pengumpulan dan seleksi data, diperoleh sebanyak 50 responden yang memenuhi kriteria dan dapat digunakan dalam analisis penelitian. Karakteristik responden disajikan berdasarkan jenis kelamin, program studi, dan semester untuk memberikan gambaran mengenai profil responden yang terlibat dalam penelitian.

Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi oleh perempuan sebanyak 31 orang (62%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 19 orang (38%). Komposisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang berpartisipasi dalam penelitian adalah perempuan. Dominasi responden perempuan dalam penelitian ini sejalan dengan kecenderungan umum penggunaan Instagram di Indonesia, di mana perempuan diketahui lebih aktif dalam mengakses dan berinteraksi dengan konten di platform tersebut dibandingkan laki-laki. Hal ini turut memengaruhi cara mereka merespons dan menilai informasi yang dipublikasikan melalui akun resmi institusi.

Berdasarkan program studi, mayoritas responden berasal dari Program Studi Ilmu Komunikasi, yaitu sebanyak 47 orang (94%). Selain itu, terdapat 1 orang (2%) dari Program Studi Sastra Indonesia dan 2 orang (4%) dari Program Studi Sastra Inggris. Dominasi responden dari Program Studi Ilmu Komunikasi menunjukkan bahwa penelitian ini sebagian besar merepresentasikan pandangan mahasiswa Ilmu Komunikasi. Kondisi ini dapat dipahami mengingat mahasiswa Ilmu Komunikasi memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai proses komunikasi dan pengelolaan media, sehingga penilaian mereka terhadap kinerja humas cenderung lebih kritis dan terukur. Meski demikian, keterlibatan mereka sebagai pengguna aktif Instagram FISIB menjadikan perspektif mereka tetap relevan dan representatif untuk tujuan penelitian ini.

Sementara itu, berdasarkan semester, responden didominasi oleh mahasiswa semester 6 sebanyak 46 orang (92%), diikuti mahasiswa semester 4 sebanyak 3 orang (6%), dan mahasiswa semester 8 sebanyak 1 orang (2%). Hal ini menunjukkan bahwa tingginya proporsi mahasiswa semester 6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tingkat akademik menengah, yang berarti mereka telah cukup lama berinteraksi dengan akun Instagram FISIB dan memiliki pengalaman yang memadai

untuk menilai kualitas informasi yang disampaikan. Pengalaman yang lebih panjang dalam mengikuti akun tersebut memungkinkan responden memberikan penilaian yang lebih komprehensif dan berdasar terhadap kinerja humas dalam penyebaran informasi.

Variabel persepsi mahasiswa terdiri atas tiga indikator yaitu perhatian, pemahaman, dan penilaian. Selain itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan penyebaran informasi melalui Instagram tidak hanya ditentukan oleh kualitas konten yang disajikan, tetapi juga oleh kemampuan humas dalam memahami kebutuhan informasi mahasiswa. Informasi yang relevan dan mudah diakses mendorong mahasiswa untuk menjadikan Instagram sebagai salah satu sumber informasi utama terkait aktivitas fakultas. Namun, tingginya ketergantungan mahasiswa terhadap media sosial juga menuntut Humas FISIB untuk menjaga konsistensi dan ketepatan penyampaian informasi. Apabila informasi tidak dipublikasikan secara tepat waktu, efektivitas komunikasi yang telah terbangun berpotensi menurun dan dapat menimbulkan kesenjangan informasi di kalangan mahasiswa.

Dengan demikian, Instagram tidak lagi hanya berfungsi sebagai media publikasi informasi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi strategis yang mendukung terciptanya komunikasi yang lebih terbuka dan responsif. Kondisi ini menunjukkan bahwa peran Humas FISIB Universitas Pakuan telah berkembang dari sekadar penyampai informasi menjadi pengelola komunikasi yang bertanggung jawab dalam memastikan kebutuhan informasi mahasiswa dapat terpenuhi secara optimal di era digital.

Tabel 1. Hasil Analisis Variabel Persepsi Mahasiswa

Indikator	Persentase	Kategori
Perhatian	77,33%	Baik
Pemahaman	83,00%	Sangat Baik
Penilaian	82,38%	Sangat Baik

Berdasarkan Tabel 1, indikator perhatian memperoleh persentase sebesar 77,33% dan termasuk dalam kategori baik. Hasil ini menunjukkan bahwa informasi yang dipublikasikan melalui Instagram FISIB Universitas Pakuan mampu menarik perhatian mahasiswa sebagai audiens utama. Perhatian merupakan tahap awal dalam proses persepsi, di mana individu secara selektif memusatkan fokusnya pada stimulus tertentu dari sekian banyak stimulus yang ada di sekitarnya. Dalam konteks penggunaan media sosial, perhatian mahasiswa terhadap konten Instagram FISIB berarti mereka secara aktif melihat, membaca, atau merespons unggahan yang dipublikasikan di antara berbagai konten lain yang memenuhi linimasa mereka. Meskipun nilai 77,33% termasuk dalam kategori baik, angka ini merupakan yang terendah di antara ketiga indikator persepsi, yang mengindikasikan bahwa tidak semua mahasiswa secara konsisten memperhatikan setiap unggahan yang dipublikasikan. Kondisi ini dapat dipengaruhi oleh tingginya volume konten yang beredar di media sosial setiap harinya, sehingga konten institusional kerap bersaing dengan konten personal maupun hiburan yang juga dikonsumsi oleh mahasiswa dalam linimasa yang sama.

Indikator pemahaman memperoleh persentase tertinggi yaitu sebesar 83,00% dengan kategori sangat baik. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa mampu memahami informasi yang disampaikan melalui Instagram FISIB, baik dari segi isi pesan maupun bahasa yang digunakan. Tingginya nilai pemahaman mencerminkan bahwa

Humas FISIB telah berhasil menyusun konten dengan bahasa yang komunikatif, lugas, dan mudah dicerna oleh mahasiswa sebagai target audiens utama. Selain itu, penggunaan elemen visual yang mendukung seperti desain grafis yang informatif turut berkontribusi dalam mempermudah mahasiswa memahami pesan yang ingin disampaikan. Kemampuan humas dalam menyesuaikan gaya penyampaian pesan dengan karakteristik audiens yang merupakan generasi muda yang akrab dengan konten digital menjadi salah satu faktor kunci yang mendorong tingginya tingkat pemahaman mahasiswa terhadap informasi yang dipublikasikan.

Selanjutnya, indikator penilaian memperoleh persentase sebesar 82,38% dengan kategori sangat baik. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa memberikan penilaian positif terhadap informasi yang dipublikasikan melalui Instagram FISIB Universitas Pakuan. Tingginya nilai penilaian mengindikasikan bahwa mahasiswa tidak hanya mampu memahami informasi yang diterima, tetapi juga menganggap informasi tersebut bermanfaat, dapat dipercaya, dan relevan dengan kebutuhan mereka sebagai mahasiswa aktif di lingkungan FISIB Universitas Pakuan. Penilaian yang positif ini juga mencerminkan kepuasan mahasiswa terhadap kualitas konten yang dipublikasikan, yang pada gilirannya dapat memperkuat loyalitas mereka sebagai pengikut aktif akun Instagram FISIB dan mendorong mereka untuk terus mengikuti perkembangan informasi yang disampaikan oleh fakultas.

Variabel kinerja humas diukur melalui tiga indikator, yaitu kecepatan penyampaian informasi, kualitas informasi, dan efektivitas komunikasi. Ketiga indikator ini digunakan untuk menilai sejauh mana Humas FISIB Universitas Pakuan mampu menjalankan fungsi penyebaran informasi secara optimal melalui platform Instagram. Pengukuran kinerja humas melalui ketiga indikator ini penting dilakukan karena keberhasilan komunikasi institusional tidak hanya ditentukan oleh niat baik dalam menyampaikan informasi, tetapi juga oleh kemampuan nyata dalam mengeksekusi strategi komunikasi secara efektif, efisien, dan tepat sasaran.

Tabel 2. Hasil Analisis Variabel Kinerja Humas

Indikator	Persentase	Kategori
Kecepatan Penyampaian Informasi	76,83%	Baik
Kualitas Informasi	82,50%	Sangat Baik
Efektivitas Komunikasi	82,50%	Sangat Baik

Berdasarkan Tabel 2, indikator kecepatan penyampaian informasi memperoleh persentase sebesar 76,83% dan berada pada kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa menilai Humas FISIB cukup cepat dalam menyampaikan berbagai informasi melalui Instagram. Namun demikian, nilai ini merupakan yang terendah di antara ketiga indikator kinerja humas, yang mengindikasikan bahwa masih terdapat ruang perbaikan dalam aspek ketepatan waktu penyampaian informasi. Keterlambatan dalam mempublikasikan informasi, meskipun relatif kecil, dapat berdampak pada kepuasan mahasiswa yang membutuhkan informasi secara cepat dan tepat waktu, terutama yang berkaitan dengan kegiatan akademik.

Indikator kualitas informasi memperoleh persentase sebesar 82,50% dengan kategori sangat baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan melalui Instagram dinilai jelas, lengkap, dan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Tingginya nilai kualitas informasi mencerminkan bahwa Humas FISIB telah mampu menyajikan konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki substansi yang relevan dan akurat bagi mahasiswa. Hal ini penting dalam membangun

dan mempertahankan kepercayaan mahasiswa terhadap akun resmi FISIB, karena kepercayaan tersebut merupakan fondasi utama yang memungkinkan komunikasi institusional berjalan secara efektif dalam jangka panjang.

Sementara itu, indikator efektivitas komunikasi juga memperoleh persentase sebesar 82,50% dengan kategori sangat baik. Temuan ini menunjukkan bahwa Instagram telah dimanfaatkan secara efektif sebagai media komunikasi yang membantu mahasiswa memperoleh informasi fakultas secara mudah dan cepat. Efektivitas komunikasi mencerminkan sejauh mana pesan yang disampaikan berhasil mencapai tujuan yang diinginkan, yaitu tersampainya informasi dengan tepat kepada audiens yang dituju dan menghasilkan pemahaman serta respons yang sesuai. Kesamaan nilai antara indikator kualitas informasi dan efektivitas komunikasi mengindikasikan adanya hubungan yang saling mendukung dan memperkuat di antara keduanya. Konten yang berkualitas secara langsung berkontribusi pada peningkatan efektivitas komunikasi, karena informasi yang akurat, relevan, dan mudah dipahami akan lebih mudah mencapai tujuan komunikasinya. Sebaliknya, komunikasi yang efektif hanya dapat tercipta apabila didukung oleh konten yang berkualitas sebagai dasarnya.

Secara keseluruhan, hasil analisis kedua variabel menunjukkan bahwa seluruh indikator berada pada kategori baik hingga sangat baik. Dari sisi kejelasan informasi, indikator pemahaman memperoleh persentase tertinggi sebesar 83,00%, yang menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan dinilai mudah dipahami oleh mahasiswa. Dari sisi kualitas, indikator kualitas informasi dan efektivitas komunikasi masing-masing memperoleh persentase sebesar 82,50%, yang mencerminkan bahwa informasi yang disampaikan dinilai lengkap, relevan, dan mampu mendukung kebutuhan mahasiswa. Sementara itu, dari sisi ketepatan waktu, indikator kecepatan penyampaian informasi memperoleh persentase sebesar 76,83%, yang mengindikasikan bahwa aspek ini masih memiliki ruang untuk ditingkatkan dibandingkan aspek lainnya.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai persepsi mahasiswa terhadap kualitas, ketepatan waktu, dan kejelasan informasi yang disampaikan oleh Humas FISIB Universitas Pakuan melalui Instagram, sekaligus menjadi bahan evaluasi yang konkret bagi pengelola komunikasi institusi dalam merancang strategi penyebaran informasi yang lebih baik ke depannya.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki persepsi yang positif terhadap kinerja Humas Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB) Universitas Pakuan dalam penyebaran informasi melalui Instagram. Hal tersebut ditunjukkan oleh seluruh indikator pada variabel persepsi mahasiswa dan variabel kinerja humas yang memperoleh kategori baik hingga sangat baik. Temuan ini mengonfirmasi bahwa Instagram sebagai platform media sosial telah berhasil dimanfaatkan oleh Humas FISIB sebagai sarana penyebaran informasi yang efektif kepada mahasiswa.

Pada variabel persepsi mahasiswa, indikator pemahaman memperoleh nilai tertinggi sebesar 83,00% dengan kategori sangat baik. Temuan ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan melalui Instagram FISIB mudah dipahami oleh mahasiswa, baik dari segi isi pesan maupun bahasa yang digunakan dalam setiap unggahan. Hasil ini sejalan dengan teori persepsi yang dikemukakan oleh Walgito (2010) pada penelitian Nur Wardana & Eddy Wibowo (2018) yang menyatakan bahwa persepsi terbentuk melalui proses perhatian, pemahaman, dan penilaian terhadap suatu stimulus. Tingginya tingkat pemahaman menunjukkan bahwa mahasiswa mampu menginterpretasikan informasi

yang diterima dengan baik, yang berarti proses komunikasi antara Humas FISIB dan mahasiswa telah berlangsung secara efektif. Kemampuan humas dalam menyajikan pesan dengan bahasa yang mudah dipahami merupakan salah satu kunci keberhasilan komunikasi institusional, terutama di era digital ketika perhatian audiens sangat terbatas dan persaingan konten sangat tinggi. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian (Ivan Habibillah et al., 2023) yang menyatakan bahwa Instagram dapat dimanfaatkan sebagai media informasi humas yang efektif karena mampu menyampaikan informasi secara cepat, menarik, dan mudah dipahami oleh publik. Hasil penelitian tersebut memperkuat temuan penelitian ini bahwa Instagram menjadi media yang efektif dalam mendukung penyebaran informasi institusi kepada mahasiswa.

Selain itu, indikator penilaian memperoleh persentase sebesar 82,38% dengan kategori sangat baik. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa memberikan penilaian positif terhadap informasi yang dipublikasikan oleh Humas FISIB Universitas Pakuan. Mahasiswa menilai bahwa informasi yang disampaikan melalui Instagram dapat dipercaya, bermanfaat, dan efektif sebagai media penyebaran informasi. Temuan ini menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media publikasi, tetapi juga mampu membangun kepercayaan mahasiswa terhadap informasi yang disampaikan oleh institusi. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Zaxrie et al. (2024) yang menyatakan bahwa media sosial berperan sebagai saluran komunikasi digital yang mampu meningkatkan hubungan antara organisasi dengan publiknya. Melalui penyampaian informasi yang cepat dan mudah diakses, media sosial dapat membantu organisasi membangun komunikasi yang lebih efektif dengan audiens. Dengan demikian, tingginya penilaian mahasiswa terhadap Instagram FISIB menunjukkan bahwa media sosial mampu menjadi sarana komunikasi yang mendukung terciptanya hubungan yang baik antara fakultas dan mahasiswa.

Pada variabel kinerja humas, indikator kualitas informasi dan efektivitas komunikasi memperoleh persentase yang sama, yaitu sebesar 82,50% dengan kategori sangat baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa menilai informasi yang disampaikan melalui Instagram FISIB sudah jelas, lengkap, dan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Selain itu, Instagram juga dinilai efektif dalam membantu mahasiswa memperoleh informasi mengenai kegiatan akademik maupun nonakademik yang diselenggarakan oleh fakultas. Temuan ini mendukung penelitian Irwan, M., & Misidawati, D. N. (2025) yang menyatakan bahwa media sosial mampu meningkatkan efektivitas *public relations* pada institusi pendidikan tinggi melalui penyampaian informasi yang cepat, mudah diakses, dan mampu menjangkau *audiens* yang lebih luas. Selain itu, penelitian Diana (2025) juga menjelaskan bahwa pemanfaatan media sosial dalam strategi *public relations* dapat membantu lembaga pendidikan membangun citra positif sekaligus memperkuat hubungan komunikasi dengan publiknya. Oleh karena itu, penggunaan Instagram oleh Humas FISIB Universitas Pakuan dapat dikatakan telah berjalan secara efektif dalam mendukung aktivitas komunikasi institusi.

Meskipun demikian, indikator kecepatan penyampaian informasi memperoleh persentase paling rendah dibandingkan indikator lainnya, yaitu sebesar 76,83%, meskipun masih berada pada kategori baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat ruang perbaikan dalam aspek ketepatan waktu penyampaian informasi melalui Instagram. Rendahnya persentase pada indikator ini dapat dipahami dalam konteks karakteristik Generasi Z yang terbiasa mengakses informasi secara *real-time* dan memiliki ekspektasi tinggi terhadap respons cepat dari institusi, terutama untuk informasi akademik yang bersifat mendesak seperti perubahan jadwal, pengumuman kegiatan, atau informasi pendaftaran. Oleh karena itu, Humas FISIB Universitas Pakuan

perlu terus meningkatkan konsistensi dan kecepatan publikasi informasi agar kebutuhan informasi mahasiswa dapat terpenuhi secara lebih optimal.

4. KESIMPULAN

Temuan utama penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan Humas FISIB Universitas Pakuan terletak pada aspek pemahaman informasi, kualitas informasi, dan efektivitas komunikasi, sedangkan aspek yang masih perlu ditingkatkan adalah kecepatan penyampaian informasi. Secara keseluruhan, mahasiswa memiliki persepsi yang positif terhadap kinerja Humas FISIB Universitas Pakuan dalam penyebaran informasi melalui Instagram.

Pada variabel kinerja humas, indikator kualitas informasi dan efektivitas komunikasi sama-sama memperoleh persentase sebesar 82,50% dengan kategori sangat baik. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa menilai informasi yang disampaikan melalui Instagram telah memenuhi standar kualitas yang baik dari segi kelengkapan, kejelasan, maupun kemudahan akses informasi. Selain itu, efektivitas komunikasi yang tinggi menunjukkan bahwa Instagram berhasil dimanfaatkan sebagai media komunikasi yang mampu menjembatani kebutuhan informasi mahasiswa dengan pihak fakultas. Kehadiran Instagram tidak hanya mempermudah proses penyampaian informasi, tetapi juga mendukung terciptanya komunikasi yang lebih cepat, fleksibel, dan sesuai dengan perkembangan teknologi komunikasi digital yang saat ini menjadi bagian dari kehidupan mahasiswa.

Di sisi lain, indikator kecepatan penyampaian informasi memperoleh persentase sebesar 76,83% dan menjadi indikator dengan nilai terendah meskipun masih berada pada kategori baik. Hasil ini menunjukkan bahwa masih terdapat ruang untuk melakukan peningkatan dalam aspek ketepatan waktu publikasi informasi. Kecepatan penyampaian informasi merupakan faktor penting dalam komunikasi digital karena berkaitan langsung dengan kebutuhan mahasiswa untuk memperoleh informasi yang aktual dan relevan.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa Instagram merupakan media yang efektif dalam mendukung aktivitas kehumasan di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan. Persepsi positif mahasiswa terhadap kinerja humas menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital yang diterapkan telah berjalan dengan baik dan mampu memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa. Dengan mempertahankan kualitas informasi, meningkatkan efektivitas komunikasi, serta mengoptimalkan kecepatan penyampaian informasi, Humas FISIB Universitas Pakuan berpotensi semakin memperkuat hubungan dengan mahasiswa, meningkatkan kepercayaan terhadap informasi yang disampaikan, serta mendukung terbentuknya citra institusi yang positif dan profesional di era komunikasi digital.

5. REFERENSI

- Dennis Bernard, B., & Pupa Aliya, M. (2025). *EFEKTIVITAS AKUN INSTAGRAM @JKTINFO SEBAGAI MEDIA INFORMASI LALU LINTAS BAGI MASYARAKAT JAKARTA* (Vol. 03). Online.
- Diana, E. (2025). *PERAN MEDIA SOSIAL DALAM STRATEGI PUBLIC RELATIONS UNTUK MEMBANGUN BRAND IMAGE DI LEMBAGA PENDIDIKAN*.
- Walgito, B. (2010). *Pengantar psikologi umum*. Andi Offset.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Ivan Habibillah, S., Widi Utomo, I., & Intan Emeilia, R. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Informasi Humas Asosiasi Museum Indonesia DKI Jakarta - Paramita Jaya. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 4(2), 43-50. <https://doi.org/10.31294/jpr.v4i2.2357>
- Creswell, J. W. (1994). *Research design: Qualitative and quantitative approaches*. Sage Publications.
- Nur Wardana, A., & Eddy Wibowo, S. (2018). *PENGARUH PERSEPSI SISWA SMAN 2 SAMARINDA TERHADAP MINAT DALAM MEMILIH UNIVERSITAS MULAWARMAN (STUDI PADA SISWA KELAS 3)* (Vol. 6, Number 4). Onilne. <https://web.snmpn.ac.id>
- Notoatmodjo, S. (2003). *Pendidikan dan perilaku kesehatan*. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Irwan, M., & Misidawati, D. N. (2025). *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PUBLIC RELATIONS INSTITUSI PENDIDIKAN TINGGI* 1. 12(6), 2344-2360.
- Zaxrie, S. A., Rina, N., Thoibah, S., Putri, K., & Sosial, M. (2024). Peran Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Digital Dalam Kehumasan The Role Of Social Media As A Digital. *Indonesian Jurnal of Digital Public Relations*, 3(1), 26-39.
- GoodStats. (2025). *Indonesia jadi negara pengguna Instagram tertinggi ke-4 di dunia*. <https://goodstats.id/article/indonesia-jadi-negara-pengguna-instagram-tertinggi-ke-4-di-dunia-lmY9h>