

**PENGARUH PEMANFAATAN INSTAGRAM @INFOUNP TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNA MAHASISWA DEPARTEMEN ILMU
INFORMASI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Sains Informasi (S.S.I.)



MARJU GOPINDA
NIM 2020/20234043

Dosen Pembimbing:
Jeihan Nabila, S.I.P., M.I.Kom.
NIP. 199108092019032019

**PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN ILMU INFORMASI
DEPARTEMEN ILMU INFORMASI DAN PERPUSTAKAAN
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

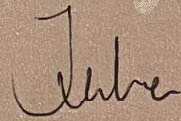
2024

PERSETUJUAN PEMBIMBING
SKRIPSI

Judul : **Pengaruh Pemanfaatan Instagram @infounp terhadap
Kepuasan Pengguna Mahasiswa Departemen Ilmu
Informasi Perpustakaan Universitas Negeri Padang**

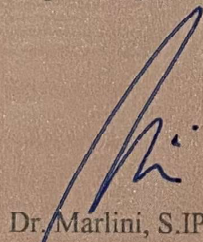
Nama : Marju Gopinda
NIM : 20234043
Program Studi : Perpustakaan dan Ilmu Informasi
Departemen : Ilmu Informasi dan Perpustakaan
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 15 Agustus 2024
Disetujui oleh Pembimbing,



Jeihan Nabila, S.IIP., M.I.Kom
NIP 199108092019032019

Kepala Departemen,



Dr. Marlina, S.IPL, MLIS
NIP 198102102009122005

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Nama : Marju Gopinda

NIM : 20234043

Dinyatakan lulus setelah mempertahankan skripsi di depan Tim Penguji

Program Studi Perpustakaan Dan Ilmu Informasi

Departemen Ilmu Informasi Dan Perpustakaan

Fakultas Bahasa Dan Seni

Universitas Negeri Padang

PENGARUH PEMANFAATAN INSTAGRAM @INFOUNP TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MAHASISWA DEPARTEMEN ILMU INFORMASI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS NEGERI PADANG

Padang, 15 Agustus 2024

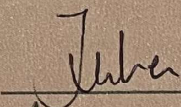
Tim Penguji

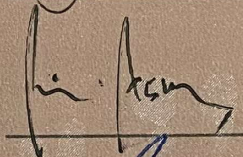
1. Ketua : Jehan Nabila, S.IIP.,M.I.Kom

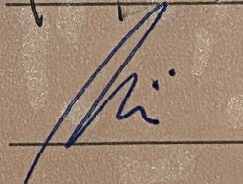
2. Anggota : Rini Asmara, M.Kom

3. Anggota : Dr. Marlini, S.IPL., MLIS

Tanda Tangan

1. 

2. 

3. 

PERNYATAAN

Dengan ini, saya menyatakan hal-hal berikut:

1. Skripsi saya berjudul “ **Pengaruh Pemanfaatan Instagram @infounp terhadap Kepuasan Pengguna Mahasiswa Departemen Ilmu Informasi Perpustakaan Universitas Negeri Padang**” adalah benar karya tulis saya dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya, dan bukan merupakan duplikasi skripsi lain.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara jelas dicantumkan dalam kepustakaan.
4. Pernyataan ini, saya tulis dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran di dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Padang, 15 Agustus 2024



Marju Gopinda

ABSTRAK

Marju Gopinda. 2024. Pengaruh Pemanfaatan Instagram @infounp Terhadap Kepuasan Pengguna Mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang. *Skripsi*. Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi, Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan: (1) tingkat pemanfaatan instagram @infounp (2) tingkat kepuasan mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan pada media sosial instagram @infounp; dan (3) adanya pengaruh pemanfaatan instagram @infounp terhadap kepuasan pengguna mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif melalui kuesioner yang disebar kepada 100 responden melalui Google Form. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel pemanfaatan Instagram (X) dengan indikator motif informatif, motif pendidikan, dan motif hiburan serta variabel kepuasan pengguna (Y) dengan indikator *effectiveness*, *eficiency*, dan *satisfaction*. Populasi dalam penelitian ini adalah semua *followers* Instagram @infounp yang berjumlah 109.000 per November 2023 dengan sampel yang diambil berjumlah 100 orang menggunakan rumus Slovin dengan presisi 10%. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji normalitas dan uji hipotesis 't'.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa, *pertama*, tingkat variabel pemanfaatan instagram (X) berada pada kategori baik dengan nilai sebesar 2,70 karena berada pada interval 2,50 – 3,24. *Kedua*, tingkat variabel kepuasan pengguna (Y) berada pada kategori sangat baik dengan nilai sebesar 3,23 karena berada pada interval 2,50 – 3,24. *Ketiga*, terdapat pengaruh antara variabel pemanfaatan instagram (X) terhadap variabel kepuasan pengguna (Y) berdasarkan hasil uji hipotesis yang menunjukkan *sig.* 0,001 lebih kecil dari 0,05 dengan nilai t_{hitung} 9,230 > t_{tabel} 1,984 yang berarti hipotesis alternatif (H_a) diterima sementara H_0 ditolak.

Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara penggunaan instagram dengan kepuasan pengguna yang berada pada kategori tinggi. Sejalan dengan hal tersebut, peneliti menyarankan bahwa, *pertama*, diharapkan bahwa akun Instagram @infounp dapat menyajikan informasi dengan lebih variatif, sehingga pengguna dapat memanfaatkan akun @infounp tidak hanya dari segi informatif dan pendidikan saja namun juga motif hiburan. *Kedua* saran untuk penelitian selanjutnya agar dapat mengeksplorasi lebih lanjut tentang bagaimana pengaruh pemanfaatan Instagram @infounp terhadap kepuasan pengguna secara satu arah, sehingga dapat diketahui apakah pemanfaatan instagram berpengaruh positif atau negatif terhadap kepuasan pengguna.

Kata kunci: media sosial, Instagram, kepuasan pengguna

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kehadirat Allah Swt. yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pemanfaatan Instagram @infounp terhadap Kepuasan Pengguna Mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang”. Adapun tujuan penulisan skripsi penelitian ini adalah untuk memenuhi Sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains Informasi (S.S.I.) pada Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi, Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, kerja sama, dan motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada: (1) Jeihan Nabila, S.IIP., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberi masukan dan memotivasi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini; (2) Rini Asmara, S.Kom., M.Kom. selaku dosen penguji I, yang telah memberikan saran dan arahan kepada peneliti dalam perbaikan skripsi ini; (3) Dr. Marlina, S.IPI., MLIS. selaku dosen penguji II sekaligus Kepala Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang, yang juga telah memberika saran untuk perbaikan skripsi ini; dan (4) para responden yang telah bersedia untuk membantu penelitian ini, juga pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Maka dari itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun sehingga peneliti dapat memperbaiki kelemahan dan kekurangan untuk menyempurnakan skripsi peneliti. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat baik untuk peneliti maupun pembaca.

Padang, 5 Agustus 2024

Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR BAGAN.....	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GRAFIK.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Pembatasan Masalah	7
D. Perumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat penelitian.....	8
G. Definisi operasional.....	9
BAB II LANDASAN TEORITIS.....	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Media Sosial	10
2. Kepuasan Pengguna.....	13
3. Instagram.....	18
4. Teori Uses and Gratification	23
B. Penelitian Relevan.....	26
C. Kerangka Konseptual	29
D. Hipotesis	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Metode Penelitian.....	31
C. Populasi dan Sampel	32
D. Variabel dan Data.....	33
E. Instrumen Penelitian.....	34
F. Teknik Pengumpulan Data	39
G. Uji Persyaratan Data.....	39
H. Teknik Penganalisis Data	41

BAB IV HASIL PENELITIAN	44
A. Deskripsi Data	44
B. Analisis Data	49
1. Pemanfaatan Instagram @infounp oleh Mahasiswa Departemn Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang.....	50
2. Kepuasan Pengguna Mahasiswa Departeman Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang	61
3. Pengaruh Pemanfaatan Instagram @infounp terhadap Kepuasan Pengguna Mahasiswa Departemn Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang	71
C. Pembahasan	73
1. Pemanfaatan instagram @infounp.....	73
2. Kepuasan Pengguna Mahasiswa	80
3. Pengaruh Pemanfaatan Instagram @infounp terhadap Kepuasan Pengguna Mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang	87
BAB V PENUTUP.....	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Konseptual.....	29
-----------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Variabel Penelitian.....	33
Tabel 2. Kisi-kisi Kuesioner.....	34
Tabel 3. Pengukuran Skala Likert.....	35
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel X.....	36
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	37
Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	38
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	38
Tabel 8. Skor Perolehan Nilai.....	42
Tabel 9. Interpretasi Hasil.....	43
Tabel 10. Data Jawaban Responden Variabel X.....	45
Tabel 11. Data Jawaban Responden Variabel Y.....	45
Tabel 12. Deskripsi Data Jawaban Motif Informatif.....	46
Tabel 13. Deskripsi Data Jawaban Motif Pendidikan.....	47
Tabel 14. Deskripsi Data Jawaban Motif Hiburan.....	47
Tabel 15. Deskripsi Data Jawaban Efficiency.....	48
Tabel 16. Deskripsi Data Jawaban Effectivness.....	48
Tabel 17. Deskripsi Data Jawaban Satisfaction.....	49
Tabel 18. Mahasiswa menggunakan @infounp untuk mencari informasi terkait Universitas Negeri Padang.....	50
Tabel 19. Mahasiswa menggunakan @infounp untuk bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.....	51
Tabel 20. Mahasiswa menggunakan @infounp untuk mencari informasi terbaru yang paling update.....	51
Tabel 21. Mahasiswa menggunakan @infounp untuk memastikan informasi yang saya dapat dari media lain.....	52
Tabel 22. Analisis sub variabel motif informatif.....	53
Tabel 23. Mahasiswa menggunakan @infounp untuk membantu dalam menjalani perkuliahan.....	54
Tabel 24. Mahasiswa menggunakan @infounp untuk mencari teman atau relasi.....	55
Tabel 25. Mahasiswa menggunakan @infounp untuk selalu dipandang sebagai orang yang update.....	56
Tabel 26. Analisis sub variabel motif pendidikan.....	56
Tabel 27. Mahasiswa menggunakan @infounp untuk mengisi waktu luang.....	57
Tabel 28. Mahasiswa menggunakan @infounp untuk menghilangkan rasa jenuh.....	58
Tabel 29. Mahasiswa menggunakan @infounp sebagai hiburan.....	59
Tabel 30. Analisis sub variabel motif hiburan.....	59
Tabel 31. Analisis variabel pemanfaatan Instagram.....	60
Tabel 32. Informasi dapat membantu pengguna untuk mencapai tujuan atau mendapatkan solusi terkait permasalahan yang dihadapi.....	61
Tabel 33. Postingan akun memungkinkan mahasiswa Universitas Negeri Padang untuk saling bertukar informasi.....	62
Tabel 34. Pengguna dapat mengakses informasi secara cepat.....	62

Tabel 35. Analisis sub variabel efficiency.....	63
Tabel 36. Informasi memiliki nilai manfaat dan meningkatkan wawasan pengguna, sehingga pengguna merasa puas dengan informasi yang disajikan	64
Tabel 37. Informasi yang diperoleh dapat membantu pengguna secara efektif berkaitan dengan Universitas Negeri Padang	65
Tabel 38. Informasi yang diberikan sangat berguna bagi pengguna	66
Tabel 39. Analisis sub variabel effectiveness.....	66
Tabel 40. Informasi berkualitas dan dapat memuaskan pengguna.....	68
Tabel 41. Informasi yang disajikan dapat memenuhi kebutuhan pengguna.	68
Tabel 42. Postingan akun disajikan secara menarik dan tidak membosankan	69
Tabel 43. Analisis sub variabel satisfaction.....	70
Tabel 44. Analisis variabel kepuasan pengguna	71
Tabel 45. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	71
Tabel 46. Hasil Uji Hipotesis.....	73

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. Indikator Motif Informatif	54
Grafik 2. Indikator Motif Pendidikan.....	57
Grafik 3. Indikator Motif Hiburan	60
Grafik 4. Indikator Efficiency	64
Grafik 5. Indikator Effectiveness	67
Grafik 6. Indikator Satisfaction.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Survei Awal	97
Lampiran 2. Wawancara Awal.....	98
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 4. Data Tabulasi Variabel Pemanfaatan Instagram (X).....	101
Lampiran 5. Data Tabulasi Variabel Kepuasan Pengguna (Y)	104
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas	107
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas	111

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat membuat penggunanya dapat dengan cepat dan efisien dalam mengambil, memindahkan, mengelola, dan memproses informasi. Internet merupakan sebuah jaringan teknologi informasi dan komunikasi yang dapat menghubungkan sebuah media elektronik satu dengan media lainnya. Internet juga dapat memudahkan penggunanya dalam melakukan interaksi secara tidak langsung dimana saja dan kapan saja melalui perangkat, seperti *smartphone*, tablet, laptop atau perangkat keras lainnya yang memiliki jaringan internet. Hal tersebut didukung oleh Rahman (2021) yang menyatakan bahwa dengan hadirnya internet akses ke berbagai informasi menjadi lebih mudah.

Media sosial ialah sebuah tempat atau perangkat digital yang menyediakan berbagai keleluasaan untuk melakukan kegiatan bersosialisasi, seperti bertukar ide dan informasi satu sama lain secara *online* dalam bentuk teks, audio, gambar, foto dan video melalui jaringan dan komunikasi *virtual*. Pada saat ini banyak media sosial yang hadir di tengah pengguna, seperti Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok dan lain sebagainya. Di antara banyak media sosial yang ada, instagram menjadi yang paling dominan digunakan oleh penggunanya di seluruh dunia dengan total unduhan lebih dari 5 miliar di Play Store. Instagram adalah salah satu media sosial yang banyak digunakan dan dipandang sebagai media sosial yang berdampak luar biasa dan menjanjikan (Permana & Pratiwi, 2021).

Instagram pertama kali diluncurkan pada 6 Oktober 2010 lalu. Instagram

sendiri lahir dari sebuah perusahaan bernama Burbn, Inc, yang didirikan oleh Kevin Systrom serta Mike Krieger. Ketika pertama kali diluncurkan, Instagram hadir sebagai inovasi terbaru dalam jejaring sosial berbasis foto serta video, hingga Instagram pun dapat menjadi sangat diminati oleh penggunanya sampai sekarang. Pertama kali diluncurkan instagram awalnya hanya dirilis oleh apple app store saja dengan jumlah pengguna mencapai 25.000 pengguna. Sejak 2 tahun perilisannya, Facebook akhirnya mengambil alih Instagram pada 9 April 2012, senilai hampir \$1 miliar. Setelah diakuisi Facebook, Instagram mulai dirilis untuk perangkat Android, dan berhasil diunduh hingga lebih dari 1 juta kali dalam waktu kurang dari 1 hari. Di November 2012, Instagram pun merilis bentuk *web app* mereka, yang memungkinkan pengguna untuk dapat mengakses Instagram lewat *browser* pada desktop mereka. Seiring bergantinya tahun, semakin banyak fitur yang diberikan Instagram, seperti fitur Geotagging yang memungkinkan pengguna menambah lokasi di foto mereka, meluncurkan logo baru di tahun 2016 dengan fitur tambahan berupa perubahan *layout*, fitur Boomerang, Hyperlapse dan di tahun 2018, Instagram mengenalkan fitur IGTV yang mana pengguna dapat menambahkan video berdurasi lebih panjang, dan fitur Instagram Reels di tahun 2020 yang menggantikan fitur IGTV sebelumnya (Atmoko, 2012).

Instagram diambil dari kata 'insta' atau 'instan' dan 'gram'. 'Insta' atau 'instan' ini awalnya terinspirasi dari kamera polaroid yang juga terkenal sebagai kamera atau foto instan sedangkan kata 'gram' diambil dari 'telegram' yang mampu mengirimkan informasi pada orang lain dengan waktu yang singkat. Instagram diartikan sebagai media alternatif yang digunakan dalam berbagi informasi dengan

penggunanya. Instagram merupakan sebuah media sosial yang berguna untuk menggali sebuah informasi, selain itu Instagram juga mengajak penggunanya untuk ikut berpartisipasi dalam menciptakan, mengomentari, dan menyebarluaskan berbagai informasi dalam bentuk konten berupa tulisan, gambar, foto dan video. Saat ini, sosial media instagram tidak berlaku untuk individu saja melainkan dapat diakses juga oleh sebuah kelompok, komunitas, organisasi, perusahaan, instansi pemerintahan hingga institusi pendidikan.

Sebagai media informasi, tidak sedikit organisasi atau institusi pendidikan menjadikan instagram sebagai pusat informasi bagi penggunanya. Universitas Negeri Padang merupakan salah satu instansi pemerintah dalam bidang pendidikan yang menggunakan instagram sebagai pusat informasi mereka. Sebagai institusi pendidikan yang telah berdiri sejak 23 Oktober 1954, Universitas Negeri Padang memiliki lebih kurang 42.000 mahasiswa berdasarkan data ditahun 2021, dengan memiliki 9 fakultas dan 1 program pascasarjana dengan total 109 program studi untuk jenjang diploma, sarjana, magister, dan doktor. Dilansir dari kompas, saat ini Universitas Negeri Padang termasuk perguruan tinggi yang paling banyak diminati di Sumatera Barat oleh calon mahasiswa baru.

Menyikapi hal tersebut, tentunya dibutuhkan media informasi sebagai penunjang kebutuhan informasi mahasiswa dan sivitas akademika. Dari total 9 responden yang mewakili setiap fakultas di Universitas Negeri Padang mereka cenderung memilih media sosial sebagai sumber informasi untuk menjawab dan memenuhi kebutuhan informasi mereka. Hal tersebut dapat dinilai dari bagaimana mahasiswa memilih dan menjadikan akun-akun instagram tertentu guna memenuhi

informasi yang mereka butuhkan. Adapun alasan akun-akun tersebut dipilih adalah bagaimana cara akun tersebut menarik dan mengemas setiap informasi yang mereka berikan dilihat dari kualitas postingan mereka. Informasi yang dikemas sebagai postingan yang berkualitas, tentu akan dapat memenuhi kebutuhan informasi pengguna dan saat informasi telah terpenuhi maka akan timbul kepuasan akan informasi terkait.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan informasi, dibuat beberapa media informasi terkait Universitas Negeri Padang salah satunya @infounp yang sering dan banyak digunakan oleh mahasiswa. Akun-akun tersebut dimanfaatkan oleh civitas akademika khususnya mahasiswa sebagai media untuk mendapatkan informasi terbaru terkait Universitas Negeri Padang.

Sebagai sebuah media informasi di Instagram, @infounp memiliki konsep yang santai, sehingga memberi kesan non formal dimana informasi disajikan secara akurat dan *realtime*. Akun yang sudah ada sejak September 2015 ini tercatat sudah memiliki lebih dari 109.000 *followers* dengan 4.109 postingan per November 2023. Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan dengan admin @infounp, akun ini turut bergerak dibidang pendidikan yang menyediakan informasi terkait infografis, event, serta informasi mahasiswa. Berdasarkan pengamatan peneliti dan jawaban dari survey awal yang telah dilakukan beberapa postingan yang ada tidak seluruhnya merupakan konten garapan @infounp itu sendiri, melainkan juga ada postingan hasil kerja sama antara akun lain dengan @infounp sebagai *media partner*.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan peneliti melalui Google Form dari

tanggal 21 sampai 26 November 2023, didapatkan 24 dari 30 responden menyetujui bahwa mereka lebih memilih menggunakan dan mencari informasi di @infounp ketimbang akun-akun lain dalam kaitan yang sama. Dari 24 jawaban yang terkumpul, mayoritas menerangkan bahwa alasan responden @infounp sebagai media informasi terkait Universitas Negeri Padang karena mereka merasa informasi yang didapat lebih jelas, lengkap dan *up to date*, walaupun terkadang ada beberapa postingan menurut responden yang tidak sesuai dengan kebutuhan informasi mereka.

Perbandingan persentase responden yang memilih menggunakan @infounp dibanding akun lain adalah 80% banding 20%. Hal tersebut tentu menjadi fenomena yang menarik di mana terdapat akun lain yang seharusnya lebih dimanfaatkan oleh pengguna, yaitu @universitasnegeripadang_unp yang merupakan akun *official* dari Universitas Negeri Padang, sehingga pengguna tidak perlu khawatir akan keabsahan dan keakuratan dari informasi yang disajikan. Sayangnya, fakta di lapangan memperlihatkan bahwa @infounp yang lebih banyak digunakan oleh mahasiswa karena dirasa lebih menyajikan informasi *up to date*, walau tak jarang dalam membagikan informasi, @infounp turut membagikan postingan yang tidak berkaitan dan tidak mengandung informasi seputar Universitas Negeri Padang. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa postingan yang mengandung informasi seputar prediksi pertandingan antara tim sepak bola Eropa, konten reels sebagai hiburan, hingga postingan *meme* yang tidak ada kaitannya dengan Universitas Negeri Padang dimana yang menjadi kontennya adalah editan foto beberapa tokoh internasional seperti pesepakbola, pembalap, penyanyi hingga idol Korea.

Sebagaimana hasil survei awal yang telah diuraikan di atas, adanya fenomena kecenderungan pengguna dalam menggunakan @infounp sebagai media informasi Universitas Negeri Padang terjadi karena setiap mahasiswa memiliki kebutuhan informasi yang berbeda, sehingga masing-masing dari mereka akan memilih sumber informasi yang menurut mereka dapat memenuhi dan memberi kepuasan terhadap kebutuhan informasi mereka. Hal tersebut sejalan dengan Model *Uses and Gratification* (1974) yang dipahami sebagai konsep yang menjadi dasar hubungan antara penggunaan media dan kepuasan media. Model ini berorientasi pada cara untuk meningkatkan pemahaman publik tentang fungsi psikologis penggunaan media (Abelman, 1987). Model ini dinilai sesuai dengan fenomena yang terjadi karena selain model ini berorientasi kepada apa yang dapat pengguna manfaatkan dari sebuah media, model ini juga berorientasi pada kebebasan yang dimiliki pengguna dalam memilih komunikasi massa, karena adanya perbedaan kebutuhan setiap individu.

Dari uraian diatas, peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh pemanfaatan Instagram @infounp terhadap kepuasan pengguna mahasiswa Departemen Ilmu Informasi Perpustakaan Universitas Negeri Padang. Oleh karenanya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh pemanfaatan Instagram @infounp Terhadap Kepuasan Pengguna Mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka identifikasi masalah yang dijadikan bahan penelitian yaitu sebagai berikut.

1. Terdapat beberapa informasi pada akun @infounp yang tidak sesuai dengan kebutuhan pengguna.
2. Adanya perbedaan kebutuhan informasi setiap pengguna @infounp belum cukup memberikan kepuasan pengguna.
3. Fenomenanya adalah informasi akademik dan non akademik terkait Universitas Negeri Padang dapat ditemukan pada akun @infounp.

C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini, maka dirasa perlu dilakukan pembatasan masalah agar dalam pengkajian yang dilakukan lebih terfokus pada masalah-masalah yang ingin dipecahkan. Penelitian ini menitik beratkan pada pemanfaatan Instagram @infounp terhadap kepuasan pengguna mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang.

D. Perumusan Masalah

Dilihat dari latar belakang masalah, perumusan masalah yang diangkat oleh peneliti adalah: (1) bagaimana tingkat pemanfaatan instagram @infounp oleh mahasiswa Departemen Ilmu Informasi Perpustakaan Universitas Negeri Padang?; (2) bagaimana tingkat kepuasan pengguna mahasiswa Departemen Ilmu Informasi Perpustakaan Universitas Negeri Padang pada media sosial instagram @infounp?; dan (3) apakah terdapat pengaruh pemanfaatan instagram @infounp terhadap kepuasan pengguna mahasiswa Departemen Ilmu Informasi Perpustakaan Universitas Negeri Padang?.

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan: (1) tingkat pemanfaatan instagram @infounp; (2) tingkat kepuasan pengguna mahasiswa Departemn Ilmu Informasi Perpustakaan Universitas Negeri Padang pada media sosial Instagram @infounp; dan (3) adanya pengaruh pemanfaatan Instagram @infounp terhadap kepuasan pengguna mahasiswa Departemen Ilmu Informasi Perpustakaan Universitas Negeri Padang.

F. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat dalam segi teoritis dan praktis yang dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dan informasi bagi pembaca tentang pengaruh pemanfaatan Instagram @infounp terhadap kepuasan pengguna mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang. Yang diharapkan penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi penelitian lain yang melakukan penelitian yang sama terkait kebutuhan informasi mahasiswa.

2. Manfaat praktis

a. Bagi media sebagai tempat penelitian

Bagi media sosial instagram @infounp, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dan sebagai pertimbangan dalam meningkatkan pemanfaatan instagram terkait Universitas Negeri Padang guna memberi kepuasan pengguna mahasiswa Universitas Negeri Padang.

b. Bagi peneliti

Bagi peneliti hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan terkait topik yang diteliti.

G. Definisi operasional

Agar diperoleh pemahaman yang sama antara peneliti dan pembaca tentang istilah pada judul penelitian ini, maka perlu ada pembatasan istilah. Adapun pembatasan istilah yang terkait dengan judul penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pemanfaatan Instagram

Pemanfaatan Instagram adalah kondisi dimana terdapat karakteristik tertentu yang mampu memberi kepuasan terhadap pengguna melalui postingan media sosial instagram @infounp.

2. Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna adalah perasaan atau keadaan dimana pengguna (mahasiswa) merasa senang akan informasi yang terpenuhi melalui postingan yang berkualitas pada @infounp.

3. Media Sosial

Media sosial merupakan platform digital yang digunakan sebagai alat untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terhubung dengan satu sama lain secara online.

4. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi atau media digital yang digunakan sebagai alat pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa melalui akun @infounp.