

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@Himakom_uinsuska SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN
KOMUNIKASI HIMAKOM BAGI MAHASISWA ILMU
KOMUNIKASI UIN SULTAN SYARIF KASIM.**

© Hak cipta milik UIN S

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Starata (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

RARA THIANDA SALSILIA

NIM. 12240322607

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2026 M/1447 H**

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @Himakom_Uinsuska
SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN KOMUNIKASI MAHASISWA ILMU
KOMUNIKASI UIN SULTAN SYARIF KASIM**


Disusun Oleh:

Rara Thianda Salsilia

NIM. 12240322607

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal 5 Januari 2026

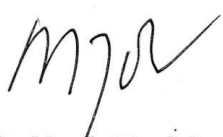
Pembimbing



Dr. Sudianto, S.Sos, M.I.Kom
NIP. 19801230 200604 1 001

Mengetahui

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Dr. Musfaldy, S.Sos, M.Si
NIP. 19721201 200003 1 003

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Rara Thianda Salsilia
NIM : 12240322607
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @himakom_uinsuska Sebagai Media Informasi Dan Komunikasi Organisasi Himakom Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uin Sultan Syarif Kasim

Telah Dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pada:

Hari : Senin
Tanggal : 23 Februari 2026

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 10 Maret 2026



Dekan
Prof. Dr. Masduki, M.Ag
NIP. 19710612 199803 1 003

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,



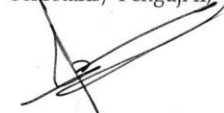
Dr. Elfiandri, S.Ag., M.Si
NIP. 19700312 199703 1 006

Penguji III,



Dewi Sukartik, S.Sos., M.Sc
NIP. 19810914 202321 2 019

Sekretaris/ Penguji II,



Suardi, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19780912 201411 1 003

Penguji IV,



Intan Kemala, S.Sos., M.Si
NIP. 19810612 200801 2 017

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Rara Thianda Salsilia
NIM : 12240322607
Judul : Penggunaan Insragram @HIMAKOM_UINSUSKA Sebagai Saluran Komunikasi Organisasi Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 14 Mei 2025

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, Rabu, 14 Mei 2025

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,



Atjih Sukaesih, Dra., M. SI
NIP. 196911181996032001

Penguji II,



Darmawati, S.I.Kom., M.I. Kom
Nip. 199205122023212048

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat:

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Rara Thianda Salsilia

NIM : 12240322607

Tempat/ Tgl. Lahir : Bangkinang, 23 juni 2004

Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi

Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya

“Pemanfaatan media sosial instagram @himakom_uinsuska sebagai media informasi dan komunikasi Himakom bagi mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim”

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 11 April 2026
Yang membuat pernyataan



Rara Thianda Salsilia
NIM. 12240322607

Pekanbaru, 8 Januari 2026

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Rara Thianda Salsilia
NIM : 12240322607
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Himakom_uinsuska
Sebagai Media Informasi Dan Komunikasi Mahasiswa Ilmu
Komunikasi Uin Sultan Syarif Kasim

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

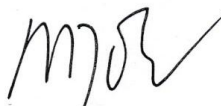
Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,



Dr. Sudianto, S.Sos, M.I.Kom
NIP. 19801230 200604 1 001

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



Dr. Musfialdy, S.Sos, M.Si
NIP. 19721201 200003 1 003

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Rara Thianda Salsilia
NIM : 12240322607
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : **Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Himakom_Uinsuska Sebagai Media Informasi Dan Komunikasi Himakom Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uin Sultan Syarif Kasim.**

Perkembangan teknologi komunikasi digital mendorong organisasi mahasiswa untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi dan komunikasi. Instagram menjadi salah satu platform yang banyak digunakan karena bersifat visual, interaktif, dan mudah diakses oleh mahasiswa sebagai generasi digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram @himakom_uinsuska sebagai media informasi dan komunikasi organisasi Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (HIMAKOM) bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan Ketua HIMAKOM dan admin pengelola akun Instagram, serta dokumentasi terhadap konten yang dipublikasikan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan perspektif teori New Media yang menekankan pada aspek informasi dan komunikasi dalam media digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @himakom_uinsuska dimanfaatkan sebagai media penyampaian berbagai informasi, baik informasi akademik, kegiatan organisasi, maupun program kemahasiswaan melalui fitur feed, stories, reels, dan caption. Selain itu, Instagram juga berfungsi sebagai sarana komunikasi antara organisasi dan mahasiswa melalui fitur komentar dan direct message yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah. Pemanfaatan Instagram tersebut mempermudah penyebaran informasi secara cepat dan luas serta mendukung efektivitas komunikasi organisasi antara HIMAKOM dan mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Kata kunci: media sosial, Instagram, komunikasi, informasi, HIMAKOM.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Rara Thianda Salsilia
Number : 12240322607
Department : Ilmu Komunikasi
Judul : *Utilization of Instagram Social Media @Himakom_Uinsuska as an Information and Communication Media for Himakom for Communication Science Students at Uin Sultan Syarif Kasim.*

The development of digital communication technology has encouraged student organizations to utilize social media as a means of information dissemination and communication. Instagram has become one of the most widely used platforms due to its visual, interactive, and easily accessible nature for students as a digital generation. This study aims to examine the utilization of the Instagram account @himakom_uinsuska as a medium of information and communication for the Communication Science Student Association (HIMAKOM) among Communication Science students at UIN Sultan Syarif Kasim Riau. This study employs a qualitative approach with a descriptive method. Data collection techniques include in-depth interviews with the Head of HIMAKOM and the Instagram account administrators, as well as documentation of the published content. Data analysis is conducted using the perspective of New Media theory, which emphasizes the aspects of information and communication in digital media. The results show that the Instagram account @himakom_uinsuska is utilized as a medium for disseminating various types of information, including academic information, organizational activities, and student programs through features such as feed, stories, reels, and captions. In addition, Instagram functions as a communication tool between the organization and students through comment and direct message features, enabling two-way communication. This utilization facilitates faster and broader dissemination of information and supports the effectiveness of organizational communication between HIMAKOM and Communication Science students at UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Keywords: *social media, Instagram, communication, information, HIMAKOM.*

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil 'alamin, Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT penulis panjatkan atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai bagian dari persyaratan akademik untuk meraih gelar Sarjana Strata Satu (S1). Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi teladan dan membawa risalah Islam sebagai pedoman hidup umat manusia. Skripsi yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Himakom_Uinsuska sebagai Media Informasi dan Komunikasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau” ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai bantuan, dukungan, dan doa dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan ketulusan, penulis mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada kedua orang tua, cinta pertamaku, dan teman perjalanan hidupku, kedua orang tua tersayang, papa Sapria Chandra dan mama Kartini Chandra, atas segala kasih sayang, pengorbanan, do'a, serta dukungan yang tiada henti. Penulis hidup dan dapat menyelesaikan karya ini juga sebab diiringi oleh do'a dan usaha dari kedua orang tua penulis. Ucapan “Anak mama pasti bisa” dan “Gampang pasti untuk anak papa” setiap penulis ingin menyerah adalah pondasi kekuatan penulis hingga dapat menyelesaikan karya ini. Kesabaran, ketulusan, dan kepercayaan yang diberikan sehingga keduanya tidak pernah membatasi putrinya, untuk menjadi manusia seperti apa, dan bermimpi seliar-liarnya adalah bentuk rezeki paling disyukuri yang Allah berikan kepada penulis hingga saat ini, bersedia menjadi rumah saat pulang, dan menjadi teduh saat hujan. Selain berpayung Tuhan penulis juga berpayung pada papa dan mama, penulis berindung atas rasa sedih, rasa ragu, dan banyak rasa yang mungkin penulis tidak bisa ungkapkan, bersyukur mereka selalu memeluk sedih, ragu dan segala ketidakpastian penulis. Semoga kekal, wangi tanpa rindu akan selalu penulis raskan lebih lama dari selamanya.

Apresiasi juga penulis sampaikan kepada keluarga besar yang selalu menjadi sumber semangat dan penguat dalam setiap tahap perjuangan akademik penulis. Pada kesempatan ini, penulis juga menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih kepada :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Ibu Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, M.S, S.E, M.Si, Ak., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Bapak Prof. H. Raihani, M.Ed., Ph.D., Selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Bapak Dr. Alex Wenda, S.T., M.Eng., Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum Perencanaan Dan Keuangan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Bapak Dr. Harris Simaremare, M.T., Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Bapak Prof Dr Masduki, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Bapak Dr. Muhammad Badri, S.P., M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Ibu Dr. Titi Antin, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan II Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
8. Bapak Dr. Sudioanto, S.Sos, M.I.Kom., selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan selaku Dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang konstruktif kepada penulis selama proses penyusunan proposal hingga penyelesaian skripsi ini. Kesabaran, perhatian, dan dukungan yang diberikan sangat berarti dalam membantu penulis memahami arah penelitian serta menyempurnakan penulisan karya ilmiah ini.
 9. Bapak Dr. Musfiably, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
 10. Ibu Dr. Tika Mutia, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Sekertaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
 11. Bapak Umar Abdur Rahim, S.M., S.Sos.I., M.A. selaku pembimbing akademik, atas bimbingan, arahan, serta motivasi yang diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan. Nasihat dan perhatian yang diberikan menjadi bekal berharga bagi penulis dalam menjalani proses akademik hingga penyelesaian skripsi ini.
 12. Bapak/Ibu Seluruh Dosen Cendekiawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-satu. Terimakasih atas ilmu yang telah diberikan semoga menjadi bekal dan berkah yang baik bagi peneliti kedepannya.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Hak Cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
13. Adik-adik tersayang, Erdio Rafanda, Azka Aldric, dan Fadly Syaputra, yang senantiasa menjadi sumber motivasi bagi penulis untuk terus berusaha memberikan contoh dan dorongan positif sebagai seorang kakak.
14. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada keluarga Gunawan, dan keluarga Bahri, yang tidak bisa di sebutkan satu persatu yang senantiasa memberikan doa, dukungan, serta perhatian kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga penyelesaian skripsi ini. Dukungan moril dan kebersamaan yang diberikan menjadi penyemangat bagi penulis dalam menghadapi setiap proses akademik yang dijalani.
15. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada sahabat-sahabat tercinta dan terkasih, Meylisa Fitri, Indah Nuggrahani, Natasya Afri Aureola, Lorenza Feby Ayu Pratiwi, Lusi Nur Salamah, Annisa' Ulfadhlah, Artika Pebrianti, Desi Fitri Rahayu, Neni Agustina, Puja Sari Asih Nasution, yang telah setia menemani penulis sejak semester awal hingga tahap penyelesaian studi ini. Kebersamaan, dukungan, serta perjuangan yang dijalani bersama menjadi kekuatan tersendiri bagi penulis untuk terus bertahan dan menyelesaikan proses akademik ini. Semoga kebersamaan dan tawa yang kita miliki akan selalu kekal dan tidak termakan oleh waktu.
16. *Last but not least*, penulis ingin berterimakasih pada satu sosok gadis yang selama ini diam-diam berjuang tanpa henti. Terimakasih kepada penulis skripsi ini Rara Thianda Salsilia, penulis adalah sosok pemimpi sedari kecil, mulai dari hari di mana kamu sudah menyelesaikan studi ini semoga keinginanmu bukan hanya impian, namun satu persatu akan Allah kabulkan, *Aamiin*.

Demikianlah kata pengantar ini penulis sampaikan, akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan, khususnya dalam pengembangan kajian Ilmu Komunikasi.

Aamiin Yaa Rabbal'alamin
Wassalamu'alaikum warahmatullahi Wabarakuh

Pekanbaru, Maret 2026
Penulis,

Rara Thianda Salsilia
NIM: 12240322607

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Kajian Terdahlu	5
B. Landasan Teori	8
1. Teori New Media	9
2. Informasi	11
3. Komunikasi	14
4. Instagram	15
C. Konsep Oprasional	18
D. Kerangka Berfikir	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
A. Desain Penelitian	21
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	22
C. Sumber Data Penelitian	22
D. Informan Penelitian	22
E. Teknik Pengumpulan Data	24
F. Validitas Data	24
G. Teknis Analisis Data	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
A. Hasil Penelitian	27
1. Instagram sebagai Media Penyampaian Informasi	27
2. Instagram sebagai Media Komunikasi	39
B. Pembahasan	43
1. Informasi Uang Kuliah Tunggal (UKT)	43
2. Informasi Jadwal Perkuliahan	43
3. Informasi Seminar dan Workshop	44
4. Informasi FOSKOM (Festival Olahraga Seni dan Komunikasi)	45

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

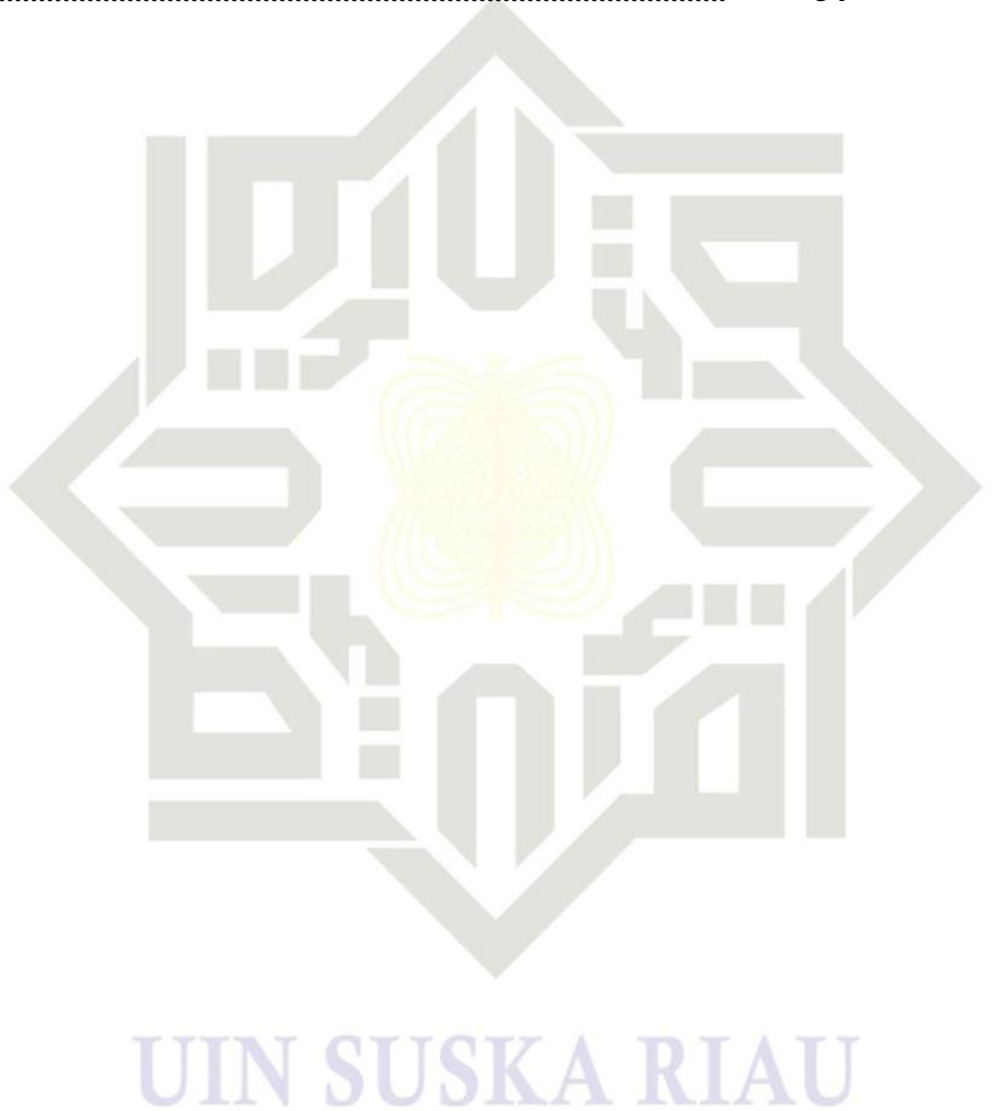
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Informasi Open Recruitment	45
6. Komunikasi Dua Arah	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	47
A. Kesimpulan	47
B. Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	54

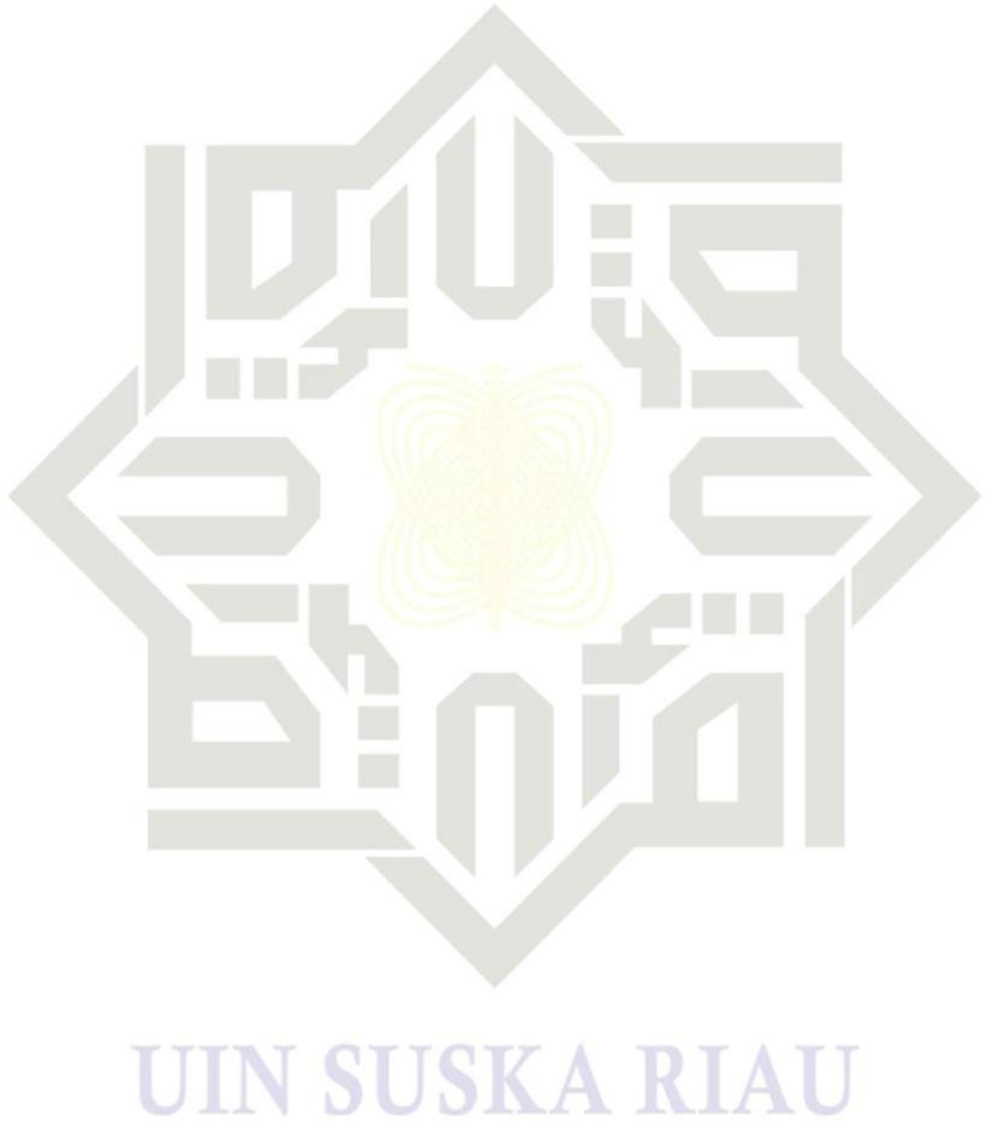
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR TABLE

Tabel 3.1 Informan Penelitian 23



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.	Salah Satu Postingan Feed @Himakom_uinsuska Pembayaran UKT (Uang Kuliah Tunggal)	28
Gambar 4.2.	Salah Satu Postingan Feed @Himakom_uinsuska Penyesuaian UKT (Uang Kuliah Tunggal)	28
Gambar 4.3.	Salah Satu Postingan Feed @Himakom_uinsuska Penetapan UKT (Uang Kuliah Tunggal)	29
Gambar 4.4.	Salah Satu Postingan Feed @Himakom_uinsuska Perpanjangan UKT (Uang Kuliah Tunggal)	29
Gambar 4.5.	Salah Satu Postingan Feed @Himakom_uinsuska Informasi Jadwal Perkuliahan	31
Gambar 4.6.	Salah Satu Postingan Feed @Himakom_uinsuska Publikasi Workshop Ilmu Komunikasi	32
Gambar 4.7.	Salah Satu Postingan Feed @Himakom_uinsuska Informasi Perlombaan FOSKOM	35
Gambar 4.8.	Salah Satu Postingan Feed @Himakom_uinsuska Coming Soon Open Recruitment HIMAKOM	37
Gambar 4.9.	Salah Satu Dokumentasi Admin Instagram @himakom_uinsuska Merespon Komentar dari Followers	40

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah menghadirkan perubahan signifikan dalam cara individu maupun organisasi menyampaikan informasi, terutama di lingkungan pendidikan tinggi. Media sosial menjadi ruang utama bagi mahasiswa sebagai generasi digital native untuk mengakses informasi akademik maupun non-akademik secara cepat dan interaktif (Damayanti et al., 2023). Dalam konteks penelitian ini, Instagram menjadi salah satu platform yang paling menonjol. Instagram bukan hanya aplikasi berbagi foto, tetapi telah berkembang menjadi medium komunikasi visual yang efektif melalui fitur Feed, Stories, Reels, dan Direct Message yang memungkinkan interaksi dua arah antara organisasi dan audiensnya (Fajarina, 2024). Instagram berfungsi sebagai media komunikasi yang kuat karena karakteristik visual, kemudahan distribusi pesan, dan format konten yang menarik minat kelompok usia muda (Ismail & Yuliana, n.d.).

Selain fungsi komunikatifnya, meningkatnya jumlah pengguna media sosial secara global memperkuat relevansi Instagram sebagai objek penelitian ilmiah. Berdasarkan laporan BroadbandSearch, jumlah pengguna media sosial mencapai 5,41 miliar atau sekitar 65,7% populasi dunia (Veney, 2025). Laporan Statusbrew juga menunjukkan bahwa rata-rata pengguna menghabiskan lebih dari dua jam per hari di media sosial, menjadikannya ruang strategis dalam penyebaran informasi (statusbrew, 2025). Secara khusus, dilihat dari DataReportal Instagram memiliki lebih dari 5 miliar pengguna aktif secara global (Simon Kamp, 2025). menjadikannya platform yang sangat potensial untuk menjangkau mahasiswa yang cenderung memiliki preferensi tinggi terhadap konten visual, berbeda dengan Twitter yang lebih berorientasi teks atau Facebook yang kini didominasi kelompok usia lebih tua. Karakteristik ini menjadikan Instagram lebih relevan untuk diteliti, terutama dalam konteks komunikasi organisasi mahasiswa.

Di UIN Sultan Syarif Kasim Riau, transformasi digital juga memengaruhi pola interaksi antara mahasiswa dan organisasi kemahasiswaan. Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (HIMAKOM) sebagai organisasi yang berperan sebagai penghubung antara jurusan dan mahasiswa, menjadi salah satu pihak yang memanfaatkan media sosial dalam menjalankan fungsi komunikasinya. Instagram melalui akun resmi *@himakom_uinsuska* dipilih sebagai media utama penyampaian informasi karena sifatnya yang visual, cepat diakses, dan sesuai dengan budaya komunikasi mahasiswa Ilmu Komunikasi serta Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Sejak aktif pada Maret 2016, akun ini telah memiliki lebih dari 3.649 pengikut yang mayoritas berasal dari lingkungan kampus, menunjukkan adanya penerimaan dan keterlibatan mahasiswa terhadap media sosial sebagai sumber informasi.

© Gaya komunikasi kasual yang digunakan admin menjadi salah satu daya tarik yang memperkuat hubungan organisasi dengan mahasiswa. Idealnya Instagram efektif sebagai media informasi organisasi karena memungkinkan penyebaran pesan yang luas, cepat, dan interaktif (Hatta et al., n.d.). Selain itu, mahasiswa cenderung mengandalkan akun organisasi sebagai sumber informasi valid terkait perkuliahan dan administrasi akademik (Febriana et al., 2025). Kedua temuan ini menegaskan bahwa Instagram telah menjadi bagian penting dalam ekosistem komunikasi kampus.

Pemanfaatan media sosial sebagai media informasi dan komunikasi juga banyak dilakukan oleh organisasi di lingkungan pendidikan, termasuk organisasi mahasiswa di perguruan tinggi. Organisasi mahasiswa memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menyampaikan berbagai informasi yang berkaitan dengan kegiatan organisasi maupun informasi akademik yang dibutuhkan oleh mahasiswa (Oktavia et al., 2025). Media sosial memungkinkan mahasiswa untuk memperoleh informasi dengan lebih cepat, mudah diakses, serta dapat diperoleh kapan saja dan di mana saja (Faturtama & Abidin, 2023).

Namun realita, pemanfaatan Instagram sebagai media informasi tidak terlepas dari berbagai hambatan. Admin Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi sering menghadapi keterlambatan informasi dari pihak jurusan, sehingga proses desain dan publikasi harus dilakukan secara cepat dalam waktu terbatas. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia, terutama karena admin juga memiliki tanggung jawab akademik dan organisasi lainnya, menyebabkan pengelolaan konten memerlukan manajemen waktu yang baik. Dari sisi audiens, tidak semua mahasiswa aktif memantau akun resmi, sehingga penyebaran informasi terkadang tidak merata.

Penelitian ini melihat bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media informasi dan komunikasi organisasi oleh Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (HIMAKOM) UIN Sultan Syarif Kasim Riau melalui akun resmi @himakom_uinsuska. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami bagaimana proses pengelolaan akun, penyampaian informasi, serta interaksi komunikasi yang terjadi antara organisasi dengan mahasiswa sebagai audiens. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi digital, pemanfaatan media sosial tidak lagi terbatas pada individu, tetapi juga digunakan oleh organisasi mahasiswa sebagai sarana penyebaran informasi yang cepat dan mudah diakses. Instagram sebagai salah satu platform media sosial berbasis visual memiliki potensi besar dalam mendukung komunikasi organisasi karena memungkinkan penyampaian pesan secara menarik serta membuka ruang interaksi antara organisasi dan mahasiswa melalui berbagai fitur yang tersedia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana akun Instagram @himakom_uinsuska dimanfaatkan sebagai media informasi dan komunikasi organisasi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau, serta untuk mengetahui bagaimana peran media sosial

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut dalam mendukung penyebaran informasi organisasi di lingkungan kampus.

Penelitian ini menganalisis bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media informasi dan komunikasi organisasi oleh Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (HIMAKOM) UIN Sultan Syarif Kasim Riau melalui akun @himakom_uinsuska dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi digital, media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi media baru (*new media*) yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, interaktif, dan luas melalui jaringan internet. Dalam perspektif teori *new media*, media berbasis digital memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah, partisipasi pengguna, serta distribusi pesan yang lebih fleksibel dibandingkan media konvensional (Naurah Khalilah et al., 2025). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana akun Instagram @himakom_uinsuska dimanfaatkan sebagai media informasi dan komunikasi organisasi HIMAKOM bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau, serta untuk mengetahui bagaimana peran media sosial tersebut dalam mendukung penyebaran informasi organisasi di lingkungan kampus.

Berdasarkan uraian dan pemaparan di atas, peneliti tertarik pada penelitian yang berjudul ***“Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Himakom_uinsuska Sebagai Media Informasi Dan Komunikasi Organisasi Himakom Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uin Sultan Syarif Kasim.”*** Periode penelitian yang dipilih adalah Januari hingga Desember 2025 karena tahun tersebut merupakan periode terbaru dalam aktivitas pengelolaan media sosial organisasi mahasiswa, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih aktual mengenai pemanfaatan Instagram sebagai media informasi dan komunikasi organisasi. Pada periode tersebut, akun Instagram @himakom_uinsuska secara aktif mempublikasikan berbagai informasi yang berkaitan dengan kebutuhan mahasiswa, seperti informasi akademik, kegiatan organisasi, pengumuman administrasi perkuliahan, serta berbagai kegiatan kemahasiswaan lainnya. Aktivitas publikasi tersebut menunjukkan bahwa Instagram menjadi salah satu media utama yang digunakan HIMAKOM dalam menyampaikan informasi kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi. Oleh karena itu, periode tahun 2025 dipilih untuk melihat bagaimana pemanfaatan media sosial tersebut dalam mendukung penyebaran informasi serta membangun komunikasi antara organisasi HIMAKOM dan mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau secara lebih aktual dan relevan dengan perkembangan komunikasi digital saat ini.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Memanfaatkan Media Sosial Instagram @himakom_uinsuska sebagai Media Informasi dan Komunikasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Bagaimana Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Memanfaatkan Media Sosial Instagram @himakom_uinsuska sebagai Media Informasi dan Komunikasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim.

Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis

- Memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori komunikasi, khususnya teori komunikasi digital dan komunikasi organisasi, melalui pemahaman tentang bagaimana Instagram digunakan sebagai medium penyebaran informasi dan komunikasi di lingkungan organisasi mahasiswa.
- Memperkaya literatur akademik mengenai pola interaksi, keterlibatan, dan partisipasi mahasiswa dalam platform digital, terutama dalam konteks akun media sosial organisasi kemahasiswaan.
- Menjadi rujukan teoretis dan dasar bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji penggunaan media sosial dalam berbagai jenis organisasi, baik organisasi mahasiswa, komunitas, maupun lembaga formal.
- Memberikan kontribusi terhadap pengembangan keilmuan di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya pada kajian media sosial dan komunikasi organisasi, serta menjadi bagian dari pemenuhan persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

Manfaat Praktis

- Memberikan pemahaman tentang bagaimana Instagram dapat dimanfaatkan sebagai sumber informasi dan ruang komunikasi dengan organisasi kemahasiswaan.
- Menjadi acuan dalam mengembangkan strategi pengelolaan media sosial yang lebih profesional, interaktif, dan sesuai kebutuhan anggota.
- Menjadi referensi untuk kajian lanjutan mengenai pemanfaatan media sosial dalam konteks komunikasi organisasi dan kemahasiswaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu

Berikut adalah beberapa penelitian sebelumnya yang mengkaji terkait dengan topik penelitian ini. *Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Inda Herlisa, Achmad Syarifudin, dan Muhammad Randicha Hamandia (2025) menganalisis pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi bisnis kuliner pada akun @warungsedep_palembang di Palembang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui observasi, wawancara, dan analisis interaksi pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan secara efektif melalui konten visual menarik, penggunaan fitur feed, stories, dan reels, serta promosi berbayar seperti Instagram Ads. Strategi tersebut terbukti mampu meningkatkan engagement pengguna serta mendorong konsumen untuk berinteraksi dengan akun bisnis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Instagram memiliki peran penting dalam memperluas jangkauan pasar dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen dalam bisnis kuliner (Herlisa et al., 2025).

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Septia Ningsih, Fitria Yuliani, dan Eceh Trisna Ayuh (2022) menganalisis pemanfaatan media sosial Instagram akun @mahasiswaakhir.id sebagai media literasi informasi bagi mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi partisipatif dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun tersebut memanfaatkan Instagram dengan menyajikan konten video tips, tutorial, serta motivasi yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa. Konten tersebut membantu mahasiswa memperoleh informasi yang bermanfaat dan meningkatkan kemampuan literasi informasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial Instagram dapat dimanfaatkan secara efektif sebagai sarana penyebaran informasi edukatif bagi mahasiswa (Ningsih et al., 2022).

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Jesslyn dan Septia Winduwati (2021) bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram dalam memasarkan produk pada online shop @ivoree.id. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan dengan mengunggah konten foto dan video produk secara konsisten serta menggunakan berbagai fitur Instagram untuk berinteraksi dengan pengikut. Selain itu, strategi pemasaran juga dilakukan melalui kerja sama dengan influencer untuk menarik perhatian target pasar. Penelitian ini menegaskan bahwa pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran dapat meningkatkan visibilitas produk serta memperluas jangkauan konsumen (Winduwati, n.d.).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Eny Rochmatulaili, Pramudita Ananta Prabowo, Erik Bisri Alamsyah, dan Evi Mulyani (2025) menganalisis pemanfaatan media sosial Instagram @kedaikembangmerah sebagai strategi pemasaran pada Kedai Kembang Merah di Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan melalui berbagai fitur seperti feed, stories, reels, hashtag, dan direct message untuk mendukung kegiatan komunikasi pemasaran. Selain itu, strategi pemasaran juga dilakukan melalui bauran komunikasi pemasaran seperti iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan Instagram sebagai media pemasaran mampu meningkatkan jangkauan informasi serta menarik minat konsumen untuk berkunjung ke Kedai Kembang Merah (Rochmatulaili et al., 2025).

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Alfira Damayanti, Isniyunisafna Diah Delima, dan Ari Suseno (2023) menganalisis pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media informasi dan publikasi pada akun @rumahkimkotatangerang yang dikelola oleh Rumah KIM Kota Tangerang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan untuk menyebarkan berbagai informasi kepada masyarakat, seperti publikasi kegiatan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM), informasi teknologi, layanan publik, serta berbagai program pemerintah daerah. Pemanfaatan tersebut didukung dengan penggunaan berbagai fitur Instagram seperti feeds, reels, story, caption, tag, dan hashtag untuk mempermudah penyebaran informasi kepada masyarakat. Penelitian ini juga menemukan beberapa hambatan dalam pengelolaan media sosial tersebut, di antaranya keterbatasan ide dalam pembuatan konten, desain grafis yang kurang variatif, serta rendahnya minat masyarakat dalam memberikan respons terhadap konten yang dipublikasikan. Oleh karena itu, penelitian ini menyimpulkan bahwa pengelolaan konten yang kreatif, menarik, dan konsisten sangat diperlukan agar media sosial dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai media informasi dan publikasi bagi masyarakat (Damayanti et al., 2023).

Keenam, penelitian yang dilakukan dalam artikel mengenai pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers akun @humasbdg (2021). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivisme untuk menjelaskan hubungan antara penggunaan media sosial dengan kebutuhan informasi penggunanya. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang merupakan pengikut akun Instagram tersebut, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram memiliki pengaruh positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengikutnya. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat secara cepat dan luas (Sutrisno & Mayangsari, n.d.).

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Arrum Dara Efda, Ilham Setyawan, dan Feri Johansah (2023) menganalisis pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media informasi pandemi Covid-19 pada akun @pandemictalks. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori Media Richness. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @pandemictalks memanfaatkan berbagai fitur seperti feeds, reels, dan stories untuk menyampaikan informasi kesehatan kepada masyarakat. Selain itu, konten yang disajikan berupa foto, video, ilustrasi, dan meme bertujuan agar informasi lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram dapat menjadi media yang efektif dalam menyampaikan informasi kesehatan secara cepat dan menarik kepada publik (Efda et al., 2025).

Kedelapan, penelitian yang dilakukan oleh Rajwa Shaliha Permata Syarifudin dan Leonard Dharmawan (2025) meneliti efektivitas pemanfaatan Instagram @kominfobogor sebagai media informasi publik. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan studi kasus pada akun Instagram resmi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram cukup efektif digunakan sebagai media komunikasi publik karena mampu menyampaikan informasi secara cepat, visual, dan mudah dipahami oleh masyarakat. Fitur seperti feed, reels, dan stories membantu meningkatkan penyebaran informasi, meskipun partisipasi masyarakat dalam interaksi masih tergolong terbatas (Syarifudin & Dharmawan, 2025).

Kesembilan, penelitian yang dilakukan oleh Suci Oktavia, Mayasari, dan Tri Widya Budhiharti (2025) membahas pemanfaatan media sosial Instagram @fatipunsika sebagai sarana informasi bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Singaperbangsa Karawang. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dengan teknik wawancara mendalam terhadap sembilan informan mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memanfaatkan akun Instagram tersebut untuk memenuhi kebutuhan informasi akademik seperti kegiatan kampus, pengumuman perkuliahan, dan informasi akademik lainnya. Akun Instagram tersebut juga dianggap sebagai sumber informasi yang valid dan mempermudah mahasiswa dalam memperoleh informasi terkait perkuliahan (Oktavia et al., 2025).

Kesepuluh, Devin Lutfi Faturtama dan Syahrul Abidin (2023) dalam penelitian mereka menganalisis pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi awal bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan melibatkan wawancara dengan mahasiswa untuk mengumpulkan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial, seperti Instagram, memudahkan mahasiswa dalam mencari informasi akademik dan kegiatan kampus. Namun, mahasiswa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

juga diingatkan untuk memiliki keterampilan berpikir kritis dalam menyaring dan menilai keakuratan informasi yang ditemukan di platform tersebut (Faturtama & Abidin, 2023).

Berdasarkan berbagai kajian terdahulu, terdapat sejumlah penelitian yang mengkaji pemanfaatan media sosial Instagram dalam berbagai bidang komunikasi, seperti media promosi bisnis, komunikasi pemasaran, penyebaran informasi publik, serta pemenuhan kebutuhan informasi bagi mahasiswa dan masyarakat. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan melalui konten visual yang menarik serta penggunaan berbagai fitur seperti feed, stories, dan reels untuk menyampaikan informasi secara cepat dan mudah dipahami. Selain itu, penelitian lain juga menyoroti bahwa Instagram dapat menjadi media yang efektif dalam meningkatkan interaksi antara pengelola akun dengan audiens serta membantu penyebaran informasi secara lebih luas.

Mayoritas penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan fokus pada analisis strategi pengelolaan konten dan efektivitas Instagram sebagai media komunikasi. Namun demikian, sebagian besar penelitian lebih banyak meneliti pemanfaatan Instagram pada akun bisnis, instansi pemerintah, maupun media informasi umum. Penelitian yang secara khusus mengkaji pemanfaatan Instagram sebagai media informasi dan komunikasi organisasi kemahasiswaan masih relatif terbatas, padahal organisasi mahasiswa memiliki peran penting dalam menyampaikan berbagai informasi kegiatan dan program kepada mahasiswa.

Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah penelitian tersebut dengan menganalisis pemanfaatan media sosial Instagram @himakom_uinsuska sebagai media informasi dan komunikasi organisasi HIMAKOM bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana media sosial dimanfaatkan oleh organisasi kemahasiswaan dalam menyampaikan informasi serta membangun komunikasi yang efektif dengan mahasiswa di lingkungan perguruan tinggi.

B. Landasa Teori

Landasan teori merupakan bagian penting dalam sebuah penelitian karena berfungsi sebagai dasar konseptual yang menjelaskan fenomena yang diteliti melalui teori, konsep, dan definisi yang relevan (Simbolon & Si, n.d.). Landasan teori tidak hanya menyajikan teori yang berkaitan, tetapi juga menjadi pijakan bagi peneliti untuk membangun argumen, menjelaskan hubungan antar variabel, dan memberikan arah metodologis yang jelas. Landasan teori adalah susunan konsep, definisi, serta proposisi yang dirangkai secara sistematis sehingga mampu menjelaskan fenomena penelitian secara logis dan terstruktur (Syahrozi, 2020). Dalam metodologi penelitian modern, landasan teori juga berfungsi untuk menghubungkan penelitian yang sedang dilakukan dengan penelitian terdahulu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sehingga penelitian memiliki kejelasan posisi ilmiah dan tidak terlepas dari perkembangan ilmu pengetahuan. Hal ini sejalan dengan penjelasan Sinaga (2023) yang menegaskan bahwa landasan teori menjadi fondasi intelektual yang menguatkan analisis peneliti serta membantu membatasi ruang lingkup penelitian agar tetap fokus (Hariyanto Didik, 2021).

Adapun landasan teori yang menjadi tolak ukur dalam penelitian ini adalah:

Teori New Media

Teori new media menjelaskan transformasi media dari bentuk tradisional menuju media digital yang bersifat interaktif, partisipatif, dan berbasis jaringan. Media baru muncul sebagai konsekuensi dari perkembangan teknologi informasi, khususnya internet dan komputer, yang mengubah struktur komunikasi dari model satu-arah menjadi pola komunikasi dua-arah dan multisisi. Konsep media baru banyak dipengaruhi oleh pemikiran Pierre Lévy, yang menekankan bahwa media digital menciptakan ruang baru bagi masyarakat untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan membangun komunitas melalui praktik komunikasi berbasis jaringan. Media baru menjadi medium yang tidak hanya berfungsi sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai ruang sosial yang memungkinkan kolaborasi, distribusi konten, dan pembentukan makna secara kolektif (Yuningsih et al., 2023).

Teori new media merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan, pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang World Wide Web (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru. Pendekatan kedua adalah pandangan integrasi sosial. Melalui pandangan ini, Lévy melihat bahwa media bukan hanya dijadikan sebagai wadah penyebaran informasi masyarakat ataupun interaksi sosial. Selain dapat melahirkan masyarakat baru, media baru juga dapat menyatukan masyarakat yang baru tersebut atau bahkan menyatukan masyarakat yang sudah ada. Hal ini dapat dikarenakan adanya simulasi komputer yang diadopsi pada media baru dalam melakukan interaksi dan membuat tingkatan interaksi, sehingga menciptakan rasa saling memiliki dalam bentuk ritual sosial virtual. (Fauzan et al., 2025).

New Media berkembang dari konvergensi komputer, komunikasi, dan konten media (The Three Cs). Menurut ahli seperti Everett M. Rogers, New Media muncul di era komunikasi interaktif. Ron Rice mendefinisikannya sebagai teknologi komunikasi berbasis komputer yang memungkinkan interaksi antar pengguna atau informasi. John Vivian melihatnya sebagai produk media baru dari teknologi tinggi yang menciptakan kemungkinan baru, seperti iPod atau blogging.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

R. Cahyo Prabowo menekankan New Media sebagai alat komunikasi interaktif via Internet yang efisien, berbeda dari media konvensional (Aqmar, 2024).

Perkembangan teknologi digital menuntut pembaruan terhadap teori komunikasi klasik karena karakteristik media baru seperti interaktivitas, konvergensi, dan jejaring membawa perubahan signifikan terhadap proses komunikasi, pola konsumsi informasi, dan dinamika hubungan sosial. Dengan demikian, teori new media memberikan kerangka konseptual untuk memahami perubahan komunikasi manusia di era digital, termasuk bagaimana organisasi, komunitas, dan individu memanfaatkan platform digital seperti Instagram sebagai media informasi dan komunikasi (Muhammad & Ananda, 2021).

Menurut Denis McQuail, media baru memiliki karakteristik utama berupa keterhubungan (connectivity), kemudahan akses bagi individu baik sebagai penerima maupun pengirim pesan, tingkat interaktivitas yang tinggi, serta kegunaan yang beragam dan bersifat terbuka (Prayuda Barsan Oka et al., 2020). Selain itu, media baru juga memiliki sifat ubiquity, yaitu dapat diakses di mana saja dan kapan saja. Internet sering dianggap sebagai bentuk utama media baru sekaligus media massa yang paling dominan saat ini. Meskipun demikian, karakteristik sebagai media massa bukanlah satu-satunya ciri utama internet, karena media ini lebih menekankan pada interaktivitas dan fleksibilitas komunikasi. Castells menjelaskan bahwa pada awal perkembangannya, internet digunakan sebagai sarana komunikasi nonkomersial dan pertukaran data di kalangan profesional. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi, internet mengalami transformasi menjadi media yang menyediakan berbagai barang dan jasa, serta berfungsi sebagai sarana komunikasi personal dan interpersonal. Hal ini menunjukkan bahwa internet tidak hanya berperan sebagai media informasi, tetapi juga sebagai medium interaksi sosial dan ekonomi.

McQuail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa mendefinisikan media baru sebagai media telematik yang terdiri dari perangkat teknologi elektronik dengan fungsi dan penggunaan yang beragam (Faidlatul Habibah & Irwansyah, 2021). Media baru hadir sebagai hasil perkembangan teknologi digital yang memungkinkan individu untuk memanfaatkan media secara lebih personal, interaktif, dan fleksibel dalam berkomunikasi. Dalam konteks komunikasi massa, media baru menjadi bagian penting dari studi ilmu komunikasi yang berkaitan dengan penyampaian pesan kepada khalayak luas. Komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang memanfaatkan berbagai saluran media, baik media cetak, elektronik, maupun media siber (online), untuk menghubungkan komunikator dan komunikan secara simultan. Perkembangan media massa turut mendorong kemajuan teknologi komunikasi yang memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi melalui media sosial dan platform digital.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang pesat telah mendorong masyarakat beralih dari media konvensional seperti surat kabar, televisi, dan radio ke media digital berbasis internet dan streaming yang dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diakses melalui gawai. Hampir seluruh lapisan masyarakat, khususnya generasi muda seperti mahasiswa, kini lebih banyak memanfaatkan media digital untuk memperoleh informasi secara cepat dan praktis. Perubahan ini menyebabkan arus informasi bergerak semakin cepat, bahkan dalam hitungan detik, sehingga ruang dan waktu tidak lagi menjadi hambatan dalam proses komunikasi.

Istilah media baru (new media) sendiri telah digunakan sejak tahun 1960-an untuk merujuk pada berbagai teknologi komunikasi yang terus berkembang. McQuail menjelaskan bahwa media baru merupakan seperangkat teknologi komunikasi berbasis digital yang memiliki kesamaan karakteristik, yaitu memungkinkan penggunaan secara luas, bersifat personal, interaktif, serta mendukung komunikasi yang lebih fleksibel dan partisipatif. Dengan demikian, media baru menjadi sarana komunikasi modern yang memfasilitasi pertukaran informasi secara cepat, luas, dan efisien di era digital.

2. Informasi

Informasi merupakan konsep fundamental dalam ilmu komunikasi, manajemen, dan teknologi yang berfungsi sebagai dasar dalam proses penyampaian makna dari satu pihak ke pihak lain. Secara umum, informasi dipahami sebagai hasil pengolahan data mentah menjadi sesuatu yang memiliki makna, konteks, dan nilai guna bagi penerima. Data yang tidak bermakna belum dapat digunakan dalam proses komunikasi ataupun pengambilan keputusan, sedangkan informasi memiliki struktur dan interpretasi tertentu yang menjadikannya relevan bagi kebutuhan pengguna. Informasi adalah “data yang telah diproses sehingga dapat dipahami oleh manusia dan berguna untuk memperluas wawasan, menjawab pertanyaan, atau mendukung aktivitas tertentu.” (Mulyah, 2019). Definisi ini menegaskan bahwa informasi tidak hanya hadir sebagai fakta, tetapi sebagai entitas yang memerlukan pemrosesan, penafsiran, dan relevansi kontekstual.

Dalam perspektif teori komunikasi klasik, informasi merupakan sesuatu yang dapat mengurangi ketidakpastian (uncertainty) dalam proses penyampaian pesan. Semakin besar suatu pesan mampu mengurangi ketidakpastian, semakin tinggi nilai informasinya (SHANNON, 1948). Pendekatan ini sangat penting dalam kajian media digital, termasuk media sosial seperti Instagram, karena aliran pesan yang cepat membutuhkan sistem penyampaian informasi yang efisien dan minim gangguan (noise). Teori Shannon juga memberikan pemahaman bahwa kualitas informasi dalam jaringan komunikasi bergantung pada bagaimana pesan dikodekan dan dikirimkan agar dapat dipahami secara optimal oleh penerimanya. Konsep informasi juga melalui tiga perspektif (Buckland, 1991):

a. information-as-process merujuk pada aktivitas seseorang dalam memperoleh makna, misalnya ketika mahasiswa membaca unggahan Instagram yang memberikan pemahaman baru mengenai kegiatan akademik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- b. information-as-knowledge menunjuk pada isi kognitif yang tersimpan dalam pikiran penerima setelah menerima pesan.
- c. information-as-thing memposisikan informasi sebagai objek konkret seperti dokumen, gambar, video, atau caption pada Instagram. Perspektif ketiga ini sangat relevan dalam penelitian media sosial karena konten digital dapat diperlakukan sebagai artefak informasi yang menyimpan makna tertentu bagi audiens.

Media informasi dapat dipahami sebagai berbagai sarana atau platform yang berfungsi untuk menyajikan, menyebarkan, dan memperoleh informasi. Bentuknya sangat beragam, mulai dari media cetak tradisional seperti surat kabar dan majalah, hingga media elektronik seperti televisi dan radio, serta media berbasis internet termasuk platform media sosial (Muhtar & Rohman, 2023). Beberapa ahli kemudian memberikan definisinya terkait media informasi :

- a. Menurut Lasswell, seorang pakar komunikasi dan ilmu politik yang mengembangkan model komunikasi yang dikenal sebagai “Model Lasswell”, proses komunikasi terdiri dari lima unsur utama: siapa (komunikator), mengatakan apa (pesan), melalui saluran apa (media), kepada siapa (audiens), dan efek (dampak). Dalam konteks media informasi, Lasswell menekankan pentingnya memahami bagaimana media dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan serta bagaimana pesan tersebut berpengaruh terhadap penerimanya.
- b. McQuail sebagai salah satu ahli teori media menjelaskan bahwa media informasi memiliki beberapa fungsi pokok, yaitu memberikan informasi, melakukan korelasi, menjaga kesinambungan budaya, memberikan hiburan, dan mendukung mobilitas. Menurutnya, media informasi tidak hanya berperan dalam menyediakan data atau fakta, tetapi juga menghubungkan berbagai elemen masyarakat, mempertahankan nilai sosial, memberi hiburan, serta mendorong motivasi publik.
- c. McLuhan, seorang tokoh komunikasi terkemuka yang memperkenalkan konsep “the medium is the message” (media adalah pesan), menyatakan bahwa media bukan sekadar menyalurkan informasi, melainkan juga membentuk cara informasi dipahami dan diterima oleh khalayak. Setiap media, menurutnya, memiliki karakteristik tersendiri yang memengaruhi pesan yang disampaikan serta dampaknya terhadap audiens.

Dari pendapat para ahli diketahui bahwa media informasi itu merujuk pada segala platform yang menyediakan, menyebarkan dan memperoleh informasi. Dalam penelitian ini, Instagram dipahami sebagai media yang berperan dalam menyampaikan, menyediakan, serta memungkinkan pengguna untuk memperoleh berbagai jenis informasi. Akun @himakom_uinsuska berfungsi sebagai wadah informasi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau, sehingga ragam informasi yang disampaikan pun beraneka, tergantung kebutuhan dan konteks organisasi mahasiswa. Informasi yang diunggah melalui platform ini dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kategori, yaitu :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- a. **Informasi Berita**
Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), berita adalah gambaran atau laporan mengenai suatu kejadian baru yang disampaikan dalam bentuk keterangan faktual. Berita bersifat aktual, tidak memihak, dan relevan dengan keadaan yang terjadi (Hidayat dkk., 2021). Instagram sendiri berfungsi layaknya news filter yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat melalui jejaring sosial. Dalam konteks akun @himakom_uinsuska, informasi berita dapat berupa pengumuman kegiatan, agenda akademik, maupun perkembangan terbaru yang berkaitan dengan mahasiswa Ilmu Komunikasi.
- b. **Informasi Pemerintah dan Publik**
Suryanto (2000:6) dalam jurnal Ade Suhendar menjelaskan bahwa informasi publik merupakan data berupa rekaman historis yang disimpan tanpa tujuan langsung untuk mengambil keputusan, namun dapat ditempatkan dalam konteks tertentu agar bermakna serta berguna bagi penerimanya (Sutrisna, 2021). Pada akun @himakom_uinsuska, informasi ini dapat berupa kebijakan akademik fakultas, layanan administrasi kampus, sosialisasi program jurusan, hingga kegiatan resmi yang berkaitan dengan lembaga universitas.
- c. **Informasi Komunitas dan Sosial**
Kertajaya Hermawan (2008) mendefinisikan komunitas sebagai kelompok orang yang memiliki kepedulian dan dukungan satu sama lain. Sementara itu, Muzaffer Sherif dalam Dinamika Kelompok (2009:36) menjelaskan bahwa sosial merupakan kesatuan individu yang berinteraksi secara teratur, memiliki struktur, norma, dan pembagian peran tertentu (Thandzir dkk., 2023). Pada akun @himakom_uinsuska, informasi komunitas dan sosial dapat meliputi unggahan mengenai kegiatan kemahasiswaan, event internal, aksi sosial, seminar, atau aktivitas yang memperkuat solidaritas antar mahasiswa Ilmu Komunikasi.
- d. **Informasi Ekonomi dan Bisnis**
Secara umum, bisnis mencakup kegiatan produksi, pembelian, penjualan, atau pertukaran barang dan jasa yang dilakukan individu maupun perusahaan (Fauzi dkk., 2022). Informasi ekonomi di media sosial juga berkaitan dengan cara organisasi maupun pelaku usaha menyesuaikan diri dengan kondisi pasar yang terus berubah. Dalam konteks akun @himakom_uinsuska, informasi jenis ini dapat muncul melalui promosi UMKM milik mahasiswa, kerja sama sponsor kegiatan, atau publikasi peluang magang dan pekerjaan yang berkaitan dengan dunia industri kreatif dan komunikasi.
- e. **Informasi Budaya dan Hiburan**
Budaya dipahami sebagai pola perilaku, nilai, serta cara hidup manusia dalam beradaptasi dan memecahkan persoalan yang dihadapi (Yulianto, 2020). Sementara hiburan merujuk pada berbagai bentuk aktivitas seperti musik, pertunjukan, atau olahraga yang berfungsi memberi kesenangan bagi individu (Wildani & Dharmawan, 2024). Pada akun @himakom_uinsuska, kategori

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



kegiatan culture yang di adakan setiap tahunnya, mencakup konten mengenai kegiatan seni, rekomendasi tempat hiburan, serta bentuk hiburan lain yang relevan bagi mahasiswa.

Komunikasi

Istilah "komunikasi" berasal dari bahasa Latin, yaitu "*communis*," yang berarti "sama". Dari kata tersebut, muncul kata kerja "*kommunicare*", yang berarti "menyebarkan" atau "memberitahukan". Dengan demikian, secara etimologis, komunikasi dapat diartikan sebagai proses menyebarkan atau memberitahukan informasi kepada pihak lain untuk mencapai pemahaman yang serupa (Hj Lusiana Andriani Lubis, 2021). Pengertian komunikasi menurut pendapat para ahli, di antaranya pendapat Benard Berelson dan Garry A. Stainer dalam bukunya, *Human Behavior*, yang mendefinisikan komunikasi sebagai berikut.

"Komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya dengan menggunakan lambang-lambang atau kata-kata, gambar, bilangan, grafik, dan lain-lain. Kegiatan atau proses penyampaiannya biasanya dinamakan komunikasi"(Ruslan Rosady, 2023).

T. Hani Handoko mendefinisikan komunikasi sebagai proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari satu orang ke orang lain. Dalam proses ini, tidak hanya kata-kata yang digunakan, tetapi juga ekspresi wajah, intonasi, dan elemen vokal lainnya sangat penting. Jalaluddin Rakhmat menambahkan bahwa

"komunikasi adalah proses pertukaran informasi dan transmisi makna, yang sangat krusial dalam suatu organisasi"(Irwansyah et al., 2021).

Dari berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, atau pengirim pesan kepada penerima, dengan tujuan untuk mencapai saling pengertian dan tujuan tertentu. Proses ini menghasilkan keluaran yang dilaksanakan oleh individu-individu berkualitas.

Berdasarkan berbagai definisi mengenai komunikasi yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa komunikasi memiliki sejumlah karakteristik penting (Sudianto, 2017), yaitu:

- a. Komunikasi merupakan suatu proses, yakni rangkaian aktivitas atau peristiwa yang berlangsung secara berurutan, memiliki tahapan tertentu, serta saling berkaitan dalam suatu rentang waktu.
- b. Komunikasi dilakukan secara sadar dan memiliki tujuan tertentu. Dengan kata lain, komunikasi adalah tindakan yang direncanakan sesuai dengan maksud atau keinginan pihak yang melakukannya.
- c. Komunikasi membutuhkan partisipasi serta kerja sama dari individu-individu yang terlibat. Proses ini akan berjalan efektif apabila semua pihak yang berkomunikasi (dua orang atau lebih) aktif berinteraksi dan memberikan perhatian terhadap pesan yang disampaikan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Komunikasi bersifat simbolik, sebab pelaksanaannya menggunakan lambang-lambang. Simbol yang paling sering digunakan manusia dalam berkomunikasi adalah bahasa verbal, baik berupa kata-kata, angka, maupun tanda-tanda lainnya.
- e. Komunikasi memiliki sifat transaksional, artinya prosesnya melibatkan dua tindakan, yaitu mengirimkan dan menerima pesan. Kedua tindakan tersebut berlangsung secara timbal balik dan seimbang di antara para pelakunya.
- f. Komunikasi mampu melampaui batas ruang dan waktu. Hal ini berarti para pelaku komunikasi tidak harus berada di tempat dan waktu yang sama. Dengan bantuan teknologi komunikasi seperti telepon dan internet, hambatan ruang dan waktu tidak lagi menjadi kendala dalam berkomunikasi.

Komunikasi dalam organisasi merupakan tindakan manajerial yang sangat penting. Tanpa komunikasi, organisasi tidak dapat berfungsi dengan baik. Dalam proses komunikasi, terdapat dua tindakan utama: penciptaan pesan dan penafsiran pesan. Pesan dapat disampaikan secara verbal maupun non-verbal, dan penerima harus mampu menafsirkan maknanya. Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertukaran pesan dan penafsiran antara unit-unit komunikasi dalam suatu organisasi (Enas et al., 2021). Komunikasi ini bersifat formal dan informal, serta berlangsung dalam jaringan yang lebih luas daripada komunikasi kelompok. Oleh karena itu, organisasi dapat dipahami sebagai kumpulan dari kelompok-kelompok. Komunikasi organisasi juga melibatkan komunikasi diadik, antarpribadi, dan terkadang komunikasi publik.

Komunikasi formal mengikuti struktur organisasi, termasuk komunikasi ke bawah, ke atas, dan horizontal. Sementara itu, komunikasi organisasi mencakup pengiriman dan penerimaan informasi dalam konteks yang kompleks, yang melibatkan hubungan antara atasan dan bawahan, penggunaan media, serta keterampilan komunikasi antar individu.

Menurut Katz dan Kahn, komunikasi organisasi adalah arus informasi dan pertukaran “*makna*” yang tidak bergantung pada struktur organisasi. Redding dan Sanborn menambahkan bahwa komunikasi organisasi mencakup seluruh lapisan dalam suatu organisasi, sedangkan Zelko dan Dance menyatakan bahwa komunikasi organisasi adalah sistem saling tergantung yang mencakup aspek internal dan eksternal (Sabarina Sitepu, 2011).

4. Instagram

Instagram adalah aplikasi jejaring sosial yang memungkinkan pengguna berbagi foto dan video digital secara online. Dengan menggunakan Instagram, pengguna dapat membagikan hasil jepretan mereka secara langsung (Sulianta, 2015), serta menambahkan teks atau keterangan untuk menjelaskan tentang foto atau video tersebut. Selain itu, Instagram juga memungkinkan pengguna untuk menghubungkan akun mereka dengan Facebook dan Twitter, sehingga memudahkan berbagi konten dengan jaringan yang lebih luas (Enterprise, 2013).

Instagram juga dikenal sebagai media massa yang populer karena menawarkan fitur filter dan efek yang unik, sehingga membuatnya menjadi platform yang menarik bagi pengguna.

Instagram memiliki kemiripan dengan Twitter dalam hal interaksi antara pengguna, di mana kita dapat mengikuti orang lain dan mereka juga dapat mengikuti kita kembali. Selain itu, kita juga dapat saling menyukai postingan foto dan video yang dibagikan oleh orang lain. Salah satu alasan mengapa Instagram menjadi media massa yang sangat populer adalah karena aplikasi ini menawarkan berbagai efek instan yang menarik dan unik. Efek-efek ini dapat mengubah tampilan foto dan video, sehingga membuatnya menjadi lebih menarik dan kreatif.

Instagram dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, dan dirilis pada Oktober 2010 (George et al., 2016). Dari Apple di App Store, dari Android di Google Play dan Windows Phone di Windows Phone Store Hanya beberapa bulan setelah perkenalannya, Instagram memperoleh 1 juta pengguna pada bulan Desember 2010 Jumlah ini naik pada bulan Juni, mencapai 5 juta pengguna pada bulan Juni, mencapai 10 juta pada September 2011 dan terus meningkat pada tahun berikutnya. termasuk Fungsi utama mirip dengan Twitter dari setelah menggunakan istilah "pengikut" di akun Anda dengan fungsi yang disebutkan di masing - masing (dilambangkan dengan '@') dan tagar (dilambangkan dengan '#')

Penggunaan media sosial Instagram dapat dilihat dari cara pengguna memilih dan menggunakan fitur-fitur yang tersedia. Setiap fitur Instagram memiliki fungsi yang unik dan berbeda-beda, sehingga pengguna dapat memilih fitur yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Berikut adalah beberapa contoh fitur Instagram yang populer:

a. Follower (Pengikut)

Instagram memiliki sistem sosial yang memungkinkan pengguna menjadi pengikut akun pengguna lainnya. Dengan demikian, komunikasi antar pengguna dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan mengomentari foto-foto yang telah diunggah.

b. Upload Foto (Mengunggah Foto)

Fitur utama Instagram adalah mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto dapat diunggah melalui kamera ponsel atau album foto ponsel.

c. Streaming/Live Video (Siaran Langsung)

Instagram memungkinkan pengguna mengunggah foto atau video secara langsung melalui kamera perangkat yang sedang digunakan. Banyak pilihan filter atau efek yang dapat digunakan untuk mempercantik hasil tangkapan kamera atau video.

d. Caption (Keterangan Foto)

Setelah proses mengedit foto, pengguna dapat menuliskan keterangan sesuai dengan foto atau video yang akan diunggah. Pengguna juga dapat menyebutkan nama pengguna lain dan memberi hashtag pada keterangannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Efek Foto

Instagram memiliki 15 efek foto yang dapat digunakan oleh pengguna pada saat mengedit fotonya. Efek-efek ini dapat mengubah tampilan foto dan membuatnya lebih menarik.

f. Arroba

Instagram memiliki fitur yang memungkinkan pengguna menyinggung pengguna lainnya dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun Instagram dari pengguna tersebut.

g. Hashtag (#)

Hashtag adalah kode yang memudahkan pengguna mencari foto dengan menggunakan "kata kunci". Bila pengguna memberikan hashtag pada sebuah foto, maka foto tersebut dapat lebih mudah ditemukan.

h. Geotaging

Geotagging adalah identifikasi metadata geografis dalam situs web atau foto. Dengan Geotag, pengguna dapat terdeteksi lokasi mereka telah mengambil foto tersebut atau tempat foto tersebut telah diunggah.

i. Jejaringan Sosial

Pengguna dapat berbagi foto tidak hanya di dalam Instagram saja, melainkan juga melalui jejaring sosial lainnya seperti Facebook, Twitter, Foursquare, Tumblr, dan Flickr.

j. Comment (Komentar)

Instagram menyediakan komentar dimana kiriman yang dibagikan dapat dikomentari oleh orang lain terkait foto atau video yang dibagikan.

k. Share (Bagikan)

Pengguna Instagram dapat membagikan foto atau video kepada orang lain yang diikutinya.

l. Instagram Stories

Instagram Stories adalah fitur baru yang memungkinkan pengguna mengunggah foto, video, atau tulisan layaknya status pada sosial media lainnya. Instagram Stories ini akan bertahan dalam waktu 24 jam.

m. Tanda Suka

Instagram memiliki fitur tanda suka yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang disediakan Facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna lain menyukai foto yang telah diunggah (Naurah Khalilah et al., 2025).

Kelebihan Instagram sangat banyak, selain fitur visual seperti filter dan editing tools yang mempercantik konten, Instagram memungkinkan penyampaian informasi secara cepat dan real time. Akun instansi publik pun memanfaatkan ini, seperti dalam penelitian oleh Setyorini yang meneliti pengelolaan Instagram Humas Inspektorat Jenderal Pertanian sebagai media informasi publik, yang menggunakan foto, video, infografis, dan dokumentasi kegiatan untuk menyampaikan pesan publik (Setyorini, 2024).

Namun, Instagram tidak luput dari kekurangan. Dalam Penelitian Handayani (2024), ditemukan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi menggunakan Instagram untuk “panggung depan” dalam menampilkan eksistensi diri, tetapi menyembunyikan sisi pribadi “panggung belakang”, sesuai dengan teori Dramaturgi Goffman, hal ini menunjukkan adanya disonansi antara citra publik dan realitas pribadi (Avianti, 2024). Selain itu, dampak psikologis dapat muncul, terutama jika penggunaan berlebihan: meski tidak setiap studi membahasnya secara langsung, risiko seperti kecanduan dan perbandingan sosial tetap menjadi kajian penting dalam literasi media.

Meskipun demikian, hal-hal negatif ini bisa diminimalkan dengan literasi digital dan manajemen konten yang baik: jika pengguna dan pengelola akun Instagram memahami peran dan dampak platform ini, maka Instagram bisa menjadi alat komunikatif yang kuat sekaligus edukatif dan bertanggung jawab.

C. Konsep Operasional

Konsep adalah istilah yang mengekspresikan sebuah ide abstrak yang dibentuk dengan menggeneralisasikan objek atau hubungan fakta-fakta yang diperoleh dari pengamatan. Bungin mengartikan konsep sebagai generalisasi dari sekelompok fenomena tertentu yang dapat dipakai untuk menggambarkan berbagai fenomena yang sama. Sedangkan Kerlinger menyebut konsep sebagai abstraksi yang dibentuk dengan menggeneralisasikan hal-hal khusus. Jadi, konsep merupakan sejumlah ciri atau standar umum suatu objek (Kriyantono Rachmat, 2006).

Konsep merupakan elemen yang sangat penting dalam penelitian, digunakan oleh peneliti untuk menjelaskan abstraksi dari suatu fenomena sosial atau alam. Definisi operasional berfungsi sebagai panduan yang memfasilitasi komunikasi antar peneliti dalam suatu studi, menjelaskan cara pengukuran variabel, sehingga memudahkan peneliti dalam menilai kualitas pengukuran tersebut (Hernani et al., n.d.).

Terdapat dua perspektif utama dalam teori media baru yang dikemukakan oleh Pierre Levy, yaitu interaksi dan integrasi. Kedua konsep ini menjelaskan bagaimana media baru, termasuk internet dan platform digital, membentuk pola interaksi sosial serta mengintegrasikan diri dalam kehidupan masyarakat modern (Indrawan & Ilmar, n.d.). Secara umum, dimensi interaksi dan integrasi menggambarkan bagaimana media baru memungkinkan pertukaran informasi yang lebih dinamis serta menciptakan keterhubungan dalam ekosistem komunikasi digital.

1. Interaksi

Konsep interaksi menitikberatkan pada kedekatan media baru dengan model komunikasi tatap muka. Pierre Levy memandang world wide web (www) sebagai ruang informasi yang bersifat terbuka, adaptif, dan terus berkembang, sehingga memungkinkan individu membangun pola pengetahuan baru. Dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kerangka ini, kehadiran interaksi sosial di dalam media baru menjadi hal yang wajar dan esensial. Berbeda dari komunikasi konvensional yang mengharuskan interaksi langsung, media baru menyediakan ruang virtual yang memungkinkan pengguna saling terhubung secara lebih fleksibel serta memperoleh informasi secara terbuka). Interaksi dalam teori New Media merujuk pada bagaimana individu berhubungan dengan konten dan dengan pengguna lain secara dua arah. Pengguna tidak lagi hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga dapat memproduksi, mendistribusikan, dan memodifikasi konten. Dalam konteks penelitian ini, pemanfaatan Instagram @himakom_uinsuska mencerminkan bentuk interaksi tersebut melalui fitur komentar, likes, shares, serta penggunaan fitur-fitur lain yang mendukung komunikasi aktif antara mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim.

2. Integrasi

Pandangan integrasi merujuk pada bagaimana media baru menyatu ke dalam rutinitas dan kehidupan sosial individu. Integrasi bukan sekadar terkait penyebaran informasi atau pola interaksi, melainkan bagaimana media menjadi bagian dari praktik sosial dan ritual sehari-hari yang menciptakan rasa kebersamaan dalam masyarakat. Media digunakan bukan hanya untuk memperoleh informasi, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun identitas, memperkuat hubungan sosial, dan memelihara rasa memiliki terhadap komunitas tertentu. Dalam konteks penelitian ini, Instagram @himakom_uinsuska dianggap terintegrasi secara baik apabila mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim memanfaatkannya secara konsisten sebagai media informasi dan komunikasi. Hal ini mencakup penggunaan Instagram sebagai rujukan informasi akademik, kegiatan organisasi, publikasi acara, hingga ruang interaksi antar sesama mahasiswa (Ditya Perdana & Ilmu Komunikasi Fakultas, n.d.)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

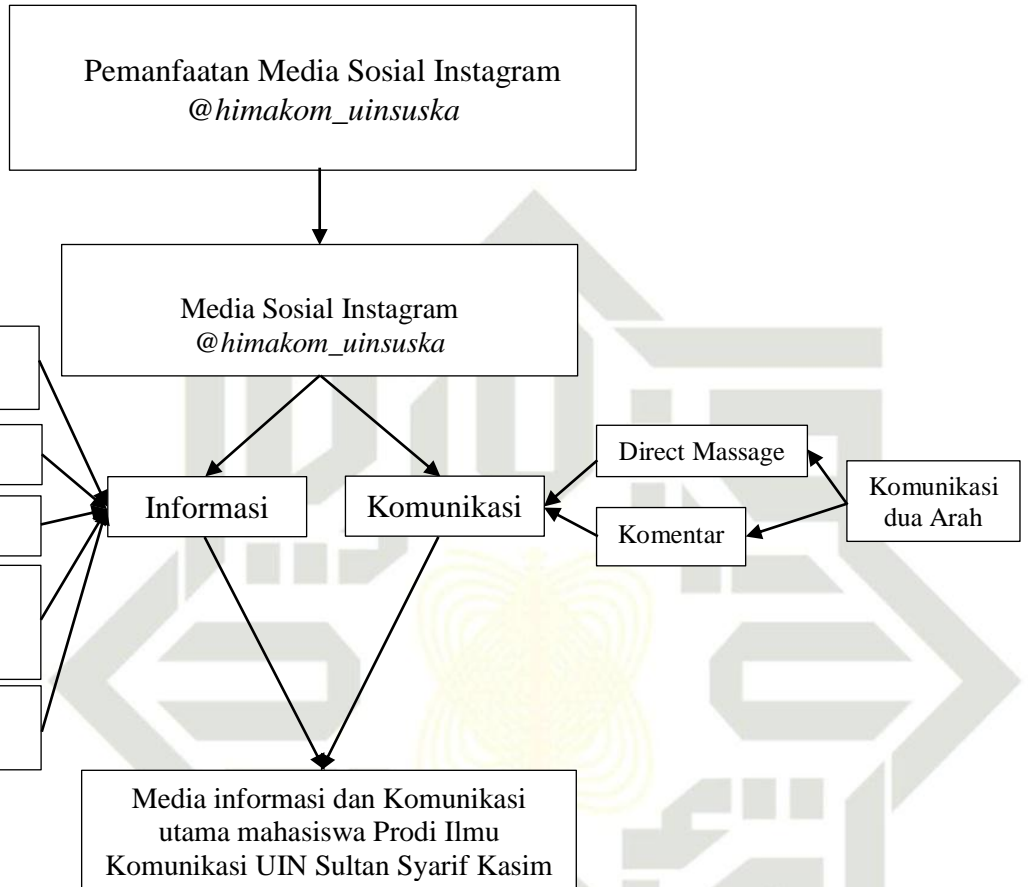
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kerangka Pikir

Adapun kerangka pikir dalam penelitian yakni sebagai berikut:



1. **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
 - a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Dalam penelitian tentang pemanfaatan Instagram @himakom_uinsuska sebagai media informasi dan komunikasi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim, peneliti menggunakan pendekatan konstruktivisme. Konstruktivisme, menurut (Guba.1990) dalam Sari & Basit (2020) adalah dimana pengetahuan merupakan hasil konstruksi manusia dan tidak pernah dipertanggungjawabkan sebagai kebenaran yang tetap, tetapi merupakan permasalahan yang selalu berubah. Dengan kata lain, aktivitas manusia merupakan aktivitas mengkonstruksi realitas, dimana hasilnya tidak menjadi kebenaran yang tetap tetapi selalu berkembang terus. Pendekatan konstruktivisme memandang bahwa pengetahuan merupakan hasil konstruksi manusia yang selalu berkembang mengikuti dinamika realitas, oleh karena itu, mahasiswa sebagai pengikut Instagram @himakom_uinsuska diposisikan sebagai subjek yang aktif dalam menginterpretasikan pesan informasi dan komunikasi yang mereka terima melalui media sosial.

Pendekatan ini menekankan hubungan interaktif antara peneliti dan objek yang diteliti untuk membangun pemahaman secara mendalam. Keabsahan data diperkuat dengan triangulasi, yaitu teknik yang memadukan berbagai metode dan sumber data untuk memperoleh kredibilitas informasi yang lebih tinggi (Sugiyono, 2015). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan menggali pemahaman makna terhadap fenomena sosial melalui pengumpulan data yang dilakukan di konteks alamiah dan bersifat naratif, bukan angka. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, karena bertujuan untuk menggambarkan secara faktual bagaimana pemanfaatan Instagram @himakom_uinsuska dalam melakukan fungsi komunikasi dan penyampaian informasi kepada mahasiswa

Penelitian deskriptif kualitatif lebih mementingkan apa yang terjadi atas suatu fenomena daripada mengapa fenomena tersebut terjadi sehingga sesuai dengan fokus penelitian ini (fauzi et al., n.d.). Penelitian deskriptif kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena, perilaku, atau peristiwa tertentu dengan cara yang mendalam dan bermakna. Penelitian ini tidak menggunakan kalkulasi angka atau prediksi, melainkan fokus pada pemahaman makna dari data yang diperoleh (Leksono Sonny, 2013).

Peneliti memilih untuk menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif karena peneliti ingin memberikan gambaran yang mendalam mengenai Pemanfaatan Media Sosial Instagram @himakom_uinsuska sebagai Media Informasi dan Komunikasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengeksplorasi pengalaman, persepsi, dan interaksi mahasiswa terhadap informasi yang disampaikan melalui akun Instagram tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data melalui dokumentasi, wawancara mendalam dengan mahasiswa serta observasi terhadap konten yang diposting di akun Instagram @Himakom_uinsuska. Dengan cara ini, peneliti dapat memahami bagaimana mahasiswa memanfaatkan platform media sosial ini untuk mendapatkan informasi yang relevan dan bermanfaat dalam konteks akademik.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada akun Instagram @Himakom_uinsuska. Adapun lokasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau berada di Jl. HR Soebrantas Km. 15, Simpangbaru, Tampan, Pekanbaru, Riau, Indonesia 28293. Serta waktu penelitian direncanakan pada bulan Februari 2025 Sampai Desember 2025.

C. Sumber Data Penelitian

Sumber data penelitian merupakan asal-usul informasi primer dan sekunder yang dikumpulkan untuk mendukung analisis fenomena, di mana data primer diperoleh langsung dari lapangan melalui wawancara, dan dokumentasi terhadap subjek seperti individu, kelompok, atau artefak alamiah, sedangkan data sekunder berasal dari literatur terkait seperti buku, jurnal, dan dokumen resmi untuk memperkaya konteks (Wijaya Fadila Ramadona et al., 2025). Sumber informasi diperoleh secara langsung dari subjek penelitian dengan strategi pengumpulan informasi dari subjek data yang dibutuhkan atau dicari (Tinggi et al., n.d.). Informasi tersebut diambil dari akun instagram @Himakom_uinsuska lalu peneliti melakukan wawancara dengan Ketua Himpunan Ilmu Komunikasi, Admin Instagram @Himakom_uinsuska, serta anggota himpunan mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.

Lalu di dukung dengan data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (Ruslan Rosady, 2006). Data tersebut biasanya disebut dengan sekunder biasanya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi oleh perusahaan tertentu yang dipublikasikan. Data sekunder diperoleh dari literatur yang relevan, yang telah tertera dalam daftar pustaka, meliputi buku, jurnal, artikel, dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Data sekunder ini akan digunakan untuk mendukung analisis dan memberikan konteks yang lebih luas mengenai pemanfaatan media sosial instagram @Himakom_uinsuska sebagai media informasi dan komunikasi organisasi himakom bagi mahasiswa ilmu komunikasi uin sultan syarif kasim.

D. Informan Penelitian

Informan Penelitian adalah individu yang memiliki pengetahuan tentang objek penelitian, baik sebagai pelaku langsung maupun sebagai orang lain yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memahami objek tersebut (Agusta Ivanovich, n.d.). Pemilihan informan dilakukan dengan pertimbangan bahwa mereka dianggap sebagai pihak yang paling memahami permasalahan yang sedang diteliti, karena mereka memiliki hubungan yang erat dengan isu tersebut. Di sisi lain, Informan Pendukung berperan sebagai pelengkap untuk mendapatkan informasi tambahan dalam penelitian ini. Kriteria pemilihan informan didasarkan pada ketentuan yang telah ditetapkan oleh peneliti, yang kemudian dipertimbangkan sesuai dengan relevansi mereka terhadap penelitian ini.

Dalam penelitian ini, penulis memanfaatkan Informan Kunci yang sangat memahami dan dapat memberikan penjelasan berbagai hal yang berkaitan dengan penelitian, dalam penelitian ini Ketua HIMAKOM yaitu Rayhan Yosmendika, yang merupakan sumber informasi utama mengenai objek penelitian, dengan data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya. Lalu informan tambahan dalam penelitian ini yaitu lima orang informan dengan kriteria yaitu merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi, anggota aktif HIMAKOM Prode 2024 – 2025, berperan dalam penguploadan konten, dan aktif dalam media social Instagram.

Berikut adalah daftar nama informan yang akan dihubungi untuk mendapatkan informasi oleh penelitian:

Tabel 3.1 Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan	Keterangan
1.	Rayhan Yosmendika	Ketua HIMAKOM Priode 2024 - 2025	Informan Kunci
2.	Attila Salsabila	Kepala Departemen Multimedia @Himakom_uinsuska Priode 2024 - 2025	Informan Pendukung
3.	Muhammad Bilal	Admin Instagram @Himakom_uinsuska Priode 2024- 2025	Informan Pendukung
4.	Cika Zahira shofa	Sekretaris Umum Priode 2024 - 2025	Informan Pendukung
5.	Fini Elfioni Azizi	Bendahara Umum Priode 2024 - 2025	Informan Pendukung
6.	Rien Angelina	Kepala Departemen Pengendalian Informasi Priode 2024 - 2025	Informan Pendukung

Dalam penelitian ini, terdapat 6 orang informan yang dibagi menjadi informan kunci dan informan pendukung. Informan kunci adalah Ketua HIMAKOM Priode 2024 - 2025. Selain itu, penulis juga melibatkan informan pendukung,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang terdiri dari Admin Instagram @Himakom_uinsuska Priode 2024- 2025, serta anggota himpunan Priode 2025- 2026

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

1. Wawancara

Menurut Lexy J. Meleong dijelaskan bahwa wawancara adalah percakapan dengan mempunyai maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan percakapan dan yang diwawancarai (interviewee) yang memberikan jawaban dari pertanyaan itu (Alanshari et al., 2022). Metode wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

Wawancara yang dilakukan kepada narasumber untuk memperoleh informasi. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada Ketua HIMAKOM, Admin Instagram HIMAKOM, dan juga Anggota HIMAKOM UIN Suska Riau.

2. Dokumentasi.

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen dapat berupa kata-kata, gambar, atau karya monumental seseorang. Dokumentasi juga melengkapi penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Alanshari et al., 2022). Dokumentasi adalah suatu upaya atau proses pembuktian di mana hal tersebut di dasarkan atas jenis sumber apapun, baik bersifat lisan, tulisan, gambaran ataupun arkeologis (Gunawan, 2014).

Dokumentasi juga berkaitan dengan objek penelitian yang di butuhkan penulis agar dijadikan sebagai bahan dalam penelitian sebagai bukti. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data dari konten yang diposting di Instagram @Himakom_uinsuska, serta mengambil gambar dan foto yang relevan untuk memperlihatkan kegiatan yang berhubungan dengan penggunaan media sosial sebagai layanan informasi bagi mahasiswa.

Dengan kombinasi teknik ini, diharapkan penelitian dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai efektivitas penggunaan Instagram dalam menyampaikan informasi kepada mahasiswa.

F. Validitas Data

Validasi merupakan suatu cara untuk membuktikan apakah data yang telah diamati oleh peneliti sesuai dengan kenyataannya dan apakah dari penjelasannya benar terjadi adanya atau tidak (Budiastuti Dyah, 2018). Pada penelitian ini validasi data yang dilakukan menggunakan triangulasi data. Dalam penelitian ini menggunakan validasi data yaitu triangulasi data. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas dapat diartikan sebagai pengecekan data dari bermacam sumber dengan berbagai cara dan juga berbagai waktu (Alanshari et al., 2022).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Dalam penelitian ini, penulis menerapkan triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara dari satu narasumber dengan narasumber yang lainnya untuk memperoleh data yang lebih akurat. Peneliti melakukan wawancara dengan Ketua Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (HIMAKOM) sebagai pihak yang paling berpengaruh pada organisasi HIMAKOM serta wawancara dengan Admin Instagram yang terlibat langsung dalam pengelolaan akun Instagram @himakom_uinsuska.

Selain itu, peneliti juga menggunakan dokumentasi berupa unggahan konten pada akun Instagram @himakom_uinsuska, seperti postingan feed, caption, reels, dan story yang berkaitan dengan penyampaian informasi organisasi. Data dari hasil wawancara kemudian dibandingkan dengan data dokumentasi tersebut untuk melihat kesesuaian antara penjelasan narasumber dengan konten yang dipublikasikan pada media sosial.

Melalui proses triangulasi sumber ini, peneliti dapat memastikan bahwa data yang diperoleh memiliki tingkat keakuratan dan kredibilitas yang lebih tinggi, sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan secara lebih jelas mengenai pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media informasi dan komunikasi organisasi HIMAKOM bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

G. Teknik Analisis Data

Proses reduksi data melibatkan pemilahan data yang relevan dan penting untuk penelitian, tanpa mengabaikan data yang kurang terkait, karena data tersebut masih dapat berfungsi sebagai pendukung penelitian (Kartika, n.d.). Pada penelitian ini peneliti menghimpun data melalui Wawancara dengan Ketua HIMAKOM serta Admin Instagram @himakom_uinsuska, serta mengumpulkan Dokumentasi berupa arsip unggahan dengan cara screenshot pertanggal 1 Januari hingga 30 Desember 2025, analisis data dilakukan secara berkelanjutan sejak proses pengumpulan data hingga tahap penulisan laporan. Selanjutnya, peneliti melakukan reduksi data dengan cara memilah, menyederhanakan, serta mengelompokkan data yang relevan dengan tujuan penelitian.

Data hasil wawancara dan dokumentasi diseleksi untuk menghilangkan informasi yang tidak berkaitan, kemudian dikategorikan ke dalam beberapa tema seperti penyampaian informasi, interaksi komunikasi, pemanfaatan fitur Instagram, serta hambatan dalam pengelolaan media sosial. Proses reduksi ini bertujuan agar data lebih terarah dan memudahkan peneliti dalam melakukan analisis secara mendalam. Seluruh data yang telah dihimpun kemudian disusun secara sistematis sesuai dengan fokus penelitian mengenai pemanfaatan Instagram sebagai media informasi dan komunikasi. Data yang telah dikumpulkan akan disajikan dalam bentuk uraian singkat yang mampu menjelaskan keseluruhan informasi yang dimaksud, dengan pendekatan naratif, mengingat penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif (Farida et al., 2022).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Setelah proses reduksi, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang tersusun secara sistematis. Penyajian data dilakukan dengan menguraikan hasil wawancara serta dokumentasi konten Instagram yang relevan sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana akun @himakom_uinsuska dimanfaatkan sebagai media informasi dan komunikasi. Dalam tahap ini, peneliti juga mengaitkan temuan dengan teori New Media yang digunakan sebagai landasan analisis untuk memperkuat interpretasi data.

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan, yaitu proses interpretasi terhadap seluruh data yang telah disajikan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Kesimpulan yang dihasilkan bersifat deskriptif dan menjelaskan secara menyeluruh mengenai bagaimana pemanfaatan Instagram oleh HIMAKOM sebagai media informasi dan komunikasi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Dengan demikian, keseluruhan proses analisis data ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif dan mendalam terkait fenomena yang diteliti. Proses penarikan kesimpulan dilakukan setelah semua data yang diperlukan terkumpul dan bukti-bukti pendukung penelitian diperoleh melalui berbagai tahap sebelumnya (Anderha & Maskar, n.d.).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Instagram @himakom_uinsuska berperan penting sebagai media informasi dan komunikasi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Platform ini dimanfaatkan secara efektif untuk menyampaikan berbagai informasi akademik, seperti Uang Kuliah Tunggal (UKT) dan jadwal perkuliahan, serta kegiatan organisasi, termasuk seminar, workshop, FOSKOM, dan open recruitment HIMAKOM. Penyampaian informasi dilakukan melalui fitur feed yang bersifat permanen dan story yang mendukung distribusi cepat, sehingga mahasiswa dapat mengakses informasi dengan mudah, tepat waktu, dan jelas.

Selain sebagai media penyampaian informasi satu arah, Instagram juga berfungsi sebagai media komunikasi dua arah, di mana mahasiswa dapat memberikan tanggapan, pertanyaan, atau masukan melalui komentar maupun direct message. Hal ini menunjukkan adanya interaksi partisipatif antara pengurus HIMAKOM dan mahasiswa, sekaligus meningkatkan efektivitas komunikasi organisasi. Pemanfaatan Instagram ini mencerminkan karakteristik media baru menurut Pierre Lévy, yaitu fleksibel, informatif, mampu menjangkau audiens secara luas, dan memungkinkan komunikasi interaktif. Dengan demikian, Instagram @himakom_uinsuska tidak hanya berperan sebagai media informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun keterlibatan mahasiswa dan mendukung keberhasilan kegiatan organisasi secara keseluruhan.

B. Saran

1. Pengurus HIMAKOM diharapkan dapat terus meningkatkan pengelolaan akun Instagram @himakom_uinsuska sebagai media informasi organisasi dengan menyajikan konten yang lebih inovatif, kreatif, serta konsisten dalam penyampaian informasi sehingga mampu menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan mahasiswa Ilmu Komunikasi.
2. Pengelola akun Instagram HIMAKOM diharapkan dapat lebih responsif dalam menanggapi pertanyaan, komentar, maupun pesan langsung dari mahasiswa agar komunikasi dua arah antara organisasi dan mahasiswa dapat berjalan lebih efektif dan memberikan manfaat yang lebih maksimal.
3. HIMAKOM disarankan untuk memanfaatkan berbagai fitur interaktif Instagram seperti polling, question box, live, maupun reels secara lebih optimal guna meningkatkan partisipasi mahasiswa serta memperkuat hubungan komunikasi antara organisasi dan mahasiswa Ilmu Komunikasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta Ivanovich. (n.d.). *Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif*.
- Alanshari, M. Z., Ikmal, H., Muflich, M. F., & Khasanah, S. U. (2022). IMPLEMENTASI METODE TALAQQI DALAM PEMBELAJARAN TAHFIDZUL QUR'AN. In *Jurnal Agama Sosial dan Budaya* (Vol. 5). <http://e-journal.ikhac.ac.id/index.php/almada/index>
- Andherha, R. R., & Maskar, S. (n.d.). ANALISIS KEMAMPUAN KOMUNIKASI MATEMATIS SISWA PADA PEMBELAJARAN DARING MATERI EKSPONENSIAL. *Jurnal Ilmiah Matematika Realistik (JI-MR)*, 1(2), 1–7.
- Aqmar, K. (2024). PEMANFAATAN MEDIA BARU SEBAGAI WADAH DAN PELUANG DALAM BERBISNIS ONLINE: TANTANGAN DAN STRATEGI. In *Journal of Social Computer and Religiosity* (Vol. 2, Number 1).
- Avianti, D. (2024). UNIVERSITAS NASIONAL PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI BAGI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS NASIONAL (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Himakom_Unas).
- Buckland, M. K. (1991). *Information as Thing*.
- Budiastuti Dyah, B. A. (2018). *VALIDITAS DAN RELIABILITAS PENELITIAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS PENELITIAN Dr. Dyah Budiastuti Agustinus Bandur, Ph.D. Dr. Dyah Budiastuti Agustinus Bandur, Ph.D Dilengkapi Analisis dengan NVIVO, SPSS, dan AMOS* (Edisi Asli). Mitra Wacana Media. <https://core.ac.uk/download/pdf/187726085.pdf>
- Damayanti, A., Diah Delima, I., & Suseno, A. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang)*.
- Diana Putri, S., & Dharmawan, L. (2025). Strategi Komunikasi Digital dalam Penyebaran Informasi Rekrutmen Management Trainee di PT AMF. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(5).
- Ditya Perdana, D., & Ilmu Komunikasi Fakultas, J. (n.d.). *54 | Page Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) Pada Generasi Z Pengguna Media Sosial Instagram*. Retrieved <http://jurnal.utu.ac.id/jsource>
- Efdi, A. D., Setyawan, I., & Johansah, F. (2025). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Pandemi Covid-19 pada Akun @Pandemictalks. *J-IKA*, 10(1), 29–36. <https://doi.org/10.31294/jika.v10i1.11631>
- Endang, U., Putri, D. E., Hasbi, I., Ummah, A. H., Arifudin, O., Hanika, I. M., Zusrony, E., Chairunnisah, R., Ismainar, H., Syamsuriansyah, A., Bairizki, A. S., Lestari, M., & Maulani, U. (2021). *KOMUNIKASI ORGANISASI*. www.penerbitwidina.com
- Enterprise, J. (2013). *100 Aplikasi Android Paling Dahsyat*. Elex Media Komputindo.
- Fairatul Habibah, A., & Irwansyah, I. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350–363. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Fajarina, N. A. (2024). *PEMANFAATAN INSTAGRAM @instainhil SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN KOMUNIKASI BAGI MASYARAKAT KABUPATEN INDRAGIRI HILIR*.

Farda, C., Fahriza Fuadiah, N., Studi Pendidikan Matematika, P., PGRI Palembang Jalan Jend Yani Lrg Gotong Royong, U. A., Palembang, U., & Selatan, S. (2022). *Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Video Animasi pada Materi Penyajian Data*.

Fath, M., Nasution, F., & Batubara, A. K. (2024). Eksistensi Sosial Mahasiswa di Era Instagram: Analisis Pengaruh Media Sosial terhadap Gaya Hidup dan Perilaku. *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences*, 5. <https://doi.org/10.37676/PROFESSIONAL.V9I1.2574>

Faturtama, D. L., & Abidin, S. (2023). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SUMBER INFORMASI AWAL BAGI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UINSU. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(3), 1123–1130. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i3.320>

Fauzan, M., Purwanto, E., Jupri, H. D. N., & Dewi, P. S. (2025). Media sebagai Agen Perubahan Komunitas di Era Teknologi Digital. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(4), 15. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i4.4369>

fauzi, A., Nisa, B., Napitupulu, D., Abdillah, F., Gde Satia Utama, A. A., Zonyfar, C., Nuraini, R., Silvi Purnia, D., Setyawati, I., Evi, T., Dian Handy Permana, S., & Susila Sumartiningsih, M. (n.d.). *METODOLOGI PENELITIAN*.

Febriana, I., Agnes Octavia Nainggolan, M., Fitri Pohan, N., Hanip Siregar, U., Brando Hutahaean, M., William Iskandar Ps, J. V, Baru, K., Percut Sei Tuan, K., Deli Serdang, K., & Utara, S. (2025). PT. Media Akademik Publisher PENGARUH PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM TERHADAP CARA BERKOMUNIKASI MAHASISWA. *JMA*), 3(2), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>

Feroza, C. S., & Desy, M. (2020). *PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN* |Cindie Sya'bania Feroza, Desy Misnawati *PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN*.

Gahana, S., & Puspitaningrum, D. (2025). STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL AKUN INSTAGRAM @yaski_asik DALAM MENJANGKAU GENERASI Z INSTAGRAM ACCOUNT'S DIGITAL COMMUNICATION STRATEGY @yaski_asik IN REACHING GENERATION Z. *JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA*. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>

George, B., Wiyati, N., & Musthofa, Y. (2016). *Temukan Rahasia dari Pengusaha Aplikasi Plaing Sukses di Dunia* (P. Alvabet, Ed.). Pustaka Alvabet.

Gunawan, I. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktis: BA 01.46.2560* (Suryani, Ed.; Edisi pertama). Bumi Aksara. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=AqSAEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=+Imam+Gunawan,+2014,+\"Metode+Penelitian+Kualitatif+Teori+dan+Praktis\",+\(Jakarta:+PT.+Bumi+Aksara\),+hlm.160&ots=m2Zsqp8_](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=AqSAEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=+Imam+Gunawan,+2014,+\)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- ©pJ&sig=sYtGqEbIBHdGoTcV4pipxr47Nj4&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Haryanto Didik. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi 1* (Ferry Adi Darma + Djarot Meidi Utomo, Ed.; 1st ed.). UMSIDA Press.
- Hatta, H., Zia Ulhaq, M., Studi Desain Komunikasi Visual, P., & Seni dan Desain, F. (n.d.). *PEMAANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI PENGURUS HIMPUNAN PELAJAR MAHASISWA MASSENREMPULU KOMISARIAT UIN ALAUDDIN MAKASSAR*.
- Herlisa, I., Syarifudin, A., & Hamandia, M. (2025). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Bisnis Kuliner di Palembang (Studi Akun @Warungsedep_Palembang). *CONVERSE Journal Communication Science*, 1(4), 15. <https://doi.org/10.47134/converse.v1i4.3816>
- Hermani, A., Dinas, U., & Sidoarjo, K. (n.d.). MEDIA BARU DAN ANAK MUDA: PERUBAHAN BENTUK MEDIA DALAM INTERAKSI KELUARGA. In *Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga* (Vol. 11, Number 1).
- Hj Lusiana Andriani Lubis, D. (2021). *KOMUNIKASI ORGANISASI (BENTUK DAN JARINGAN KOMUNIKASI) PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA*.
- Indah Nur. (2025). *PTIMALISASI KOMUNIKASI MELALUI AKUN INSTAGRAM @pasti.id DALAM MENGEDUKASI KESEHATAN MENTAL PADA GENERASI Z*.
- Indrawan, J., & Ilmar, A. (n.d.). *KEHADIRAN MEDIA BARU (NEW MEDIA) DALAM PROSES KOMUNIKASI POLITIK*.
- Irwansyah, R., Ardi Nupi Hasyim, M., Riswandi, P., Septania, S., Rochmi, A., Gede Bayu Wijaya, I., Sri Handayani, F., Setiorini, A., Finthariasari, M., Bahrun, K., I Kairupan, D. J., Ekowati, S., Kadek Suryani, N., & Suprabawati Kusuma Negara, I. (2021). *KINERJA KARYAWAN (TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIS)*. www.penerbitwidina.com
- Ismail, R. I., & Yuliana, N. (n.d.). Peranan Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Deskripsi Kualitatif Pada Akun Instagram @Disko_51 Di Kota Serang). *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(3), 874–886. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1280>
- Kartika, Y. (n.d.). *ANALISIS KEMAMPUAN PEMAHAMAN KONSEP MATEMATIS PESERTA DIDIK KELAS VII SMP PADA MATERI BENTUK ALJABAR* (Vol. 2).
- Krisantono Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Azmi Gustira, Ed.; 1st ed.). Kencana.
- Kurnia Novi. (n.d.). *New Media 2*.
- KURNIAWAN MIKAEL KRISNA ADI. (2025). *ANALISIS KONTEN AKUN INSTAGRAM FOLKATIVE SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI BERBASIS HIBURAN*.
- Kusuma Sugandi. (2019). *Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts*.
- Leksono Sonny. (2013). *PENDEKATAN DESKRIPTIF*.
- Marayah, S. pawoko,. (2019). *Literasi Informasi*.

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Muhammad, D., & Ananda, R. (2021). *PEMANFAATAN MEDIA BARU UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI PEMBELAJARAN DALAM MASA WABAH COVID 19* (Vol. 7, Number 1). www.journal.uniga.ac.id
- Mustofa, M., Drs. Riyanto, B. M. S., & Dra. Hindra, N. M. S. (2022). *PENGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI WISATA KULINER (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Soloinfo)*. *Ilmu Sosial, VOL 6 NO 1*.
- Naningsih Dwi, & Sri Ekowati. (2022). *Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Muslimahdaily.com Melalui Media Sosial Instagram*.
- Naura Khalilah, K., Saleh, A., Tri Harpin Pranata, R., Raihan Fadillah, A., Manisya, N., & Pertanian Bogor, I. (2025). *Pemanfaatan Instagram @Acc_Svipb Sebagai Media Informasi Mahasiswa The Utilization of Instagram @acc_svipb as an Information Medium for Students*. VI(1).
- Neyyra, V. I. (2021). *PENGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Ningrum, D. P. (2023). *Edukasi Konten Digital terhadap Anak Usia Dini di TK Negeri 3 Suryoputran Kota Yogyakarta*. *Jurnal Surya Masyarakat*, 6(1), 31. <https://doi.org/10.26714/jsm.6.1.2023.31-41>
- Ningsih, S., Yuliani, F., & Ayuh, E. T. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Mahasiswaakhir.Id Sebagai Media Literasi Informasi Mahasiswa*. *JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration Silampari*, 4(1), 11–16. <https://doi.org/10.31539/joppas.v3i2.5182>
- Oktavia, S., Mayasari,), Tri,), Budhiharti, W., Program,), Komunikasi, S. I., Sosial, I., Ilmu, D., Universitas, P., Karawang, S., Ronggo Waluyo, J. H., Timur, T., & Barat, J. (2025). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @FISIPUNSIKA SEBAGAI SARANA INFORMASI MAHASISWA FISIP UNSIKA UTILIZATION OF SOCIAL MEDIA INSTAGRAM @FISIPUNSIKA AS A MEANS OF INFORMATION FOR UNSIKA FISIP STUDENTS 1*. In *Jurnal Network Media* (Vol. 8, Number 2).
- Owissa, C., ; H., & Samatan, N. (2022). *Studi Komunikasi Media Baru Pada Pengguna Aplikasi Konferensi Video Dalam Pembelajaran Daring Di Masa Covid-19*. In *Jurnal Communicology* (Vol. 10, Number 1). www.wartadepok.com
- Prasada Barsan Oka, Hendra Alfani, & eptiana Wuladari. (2020). *PERUBAHAN PILIHAN DALAM MENGAKSES TAYANGAN MEDIA INFORMASI DARI MEDIA STREAMING KE MEDIA DIGITAL (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT DESA LUNGGAIAN KECAMATAN LUBUK BATANG KABUPATEN OGAN KOMERING ULU)*. <http://journal.unbara.ac.id/index.php/JKB/index>
- Rochmatulaili, E., Ananta Prabowo, P., Bisri Alamsyah, E., Mulyani, E., & Ekonomi, F. (2025). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram @kedaikembangmerah Sebagai Strategi Pemasaran Pada Kedai Kembang Merah Sidoarjo* (Vol. 7, Number 2). <https://ejurnal.yossoedarso.ac.id/74>
- Rusan Rosady. (2006). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Ruslan Rosady. (2023). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations* (Exsperto Studio, Ed.; 10th ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Sabarina Sitepu, Y. (2011). *Paradigma dalam Teori Organisasi dan Implikasinya pada Komunikasi Organisasi* (Vol. 1, Number 2).
- Sari D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting. *PERSEPSI: Communication Journal*, 3(31), 23–36. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v%vi>
- Setyorini, S. N. (2024). *UNIVERSITAS NASIONAL PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI PUBLIK OLEH HUMAS INSPEKTORAT JENDRAL PERTANIAN SKRIPSI Diajukan untuk memenuhi Sebagian dari syarat-syarat guna mempeoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)*.
- SHANNON. (1948). *A Mathematical Theory of Communication*.
- Simamora, N., Ulva, M., Sihombing, S., Pasaribu, Y., Lisa'adah, S., Abstrak, I. A., & Sarah, M. (2025). *PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @USM.INDONESIA TERHADAP MINAT PARTISIPASI DALAM KEGIATAN KAMPUS DI UNIVERSITAS SARI MUTIARA INDONESIA Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia*. <https://doi.org/10.51544/tekesnos.v7i1.6137>
- Simbolon, R., & Si, M. (n.d.). *METODOLOGI PENELITIAN CV. NUSANTARA PRESS INDONESIA*. Retrieved www.nusantarapressindonesia.com
- Simon Kamp. (2025, February 5). *DIGITAL 2025: THE STATE OF SOCIAL MEDIA IN 2025*. DataReportal.
- Sirait Erikson. (2025). *TAYANGAN CRETIVOX 'KERESAHAN MAHASISWI TINGKAT AKHIR': STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MEDAN AREA*.
- statusbrew. (2025, January 6). *80+ Key Social Media Statistics To Keep An Eye On [2025]*. Statusbrew.
- Sudanto, S. sos. , M. I. K. (2017). *Komunikasi Organisasi* (octiviena@gmail.com, Ed.; 1st ed.). PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Sulanta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media*. PT Elex Media Komputindo.
- Suryani, I., Handar, M., Ekasuci, R., Bina Sarana Informatika, U., & Studi Penyiaran, P. (2020). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI BAGI RADIO MERSI 93.9 FM. *Journal Komunikasi*, 11(1). <https://doi.org/10.31294/jkom>
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (n.d.). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @HUMASBDG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS. *Jurnal Common* /, 5. <https://doi.org/10.34010/common>
- Syahbrozi, A. (2020). *ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PENGENDALIAN PENDUDUK, KELUARGA BERENCANA PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DAN PERLINDUNGAN ANAK (DPPKBP3A) DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM KELUARGA BERENCANA (KB) DI TANAH GROGOT*.
- Syaifudin, R. S. P., & Dharmawan, L. (2025a). EFEKTIVITAS PEMANFAATAN INSTAGRAM @KOMINFOBOGOR SEBAGAI

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- © MEDIA INFORMASI UNTUK PUBLIK. *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)*, 6(1), 87–101. <https://doi.org/10.36085/jsikom.v6i1.8234>
- Syaifuludin, R. S. P., & Dharmawan, L. (2025b). EFEKTIVITAS PEMANFAATAN INSTAGRAM @KOMINFOBOGOR SEBAGAI MEDIA INFORMASI UNTUK PUBLIK. *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)*, 6(1), 87–101. <https://doi.org/10.36085/jsikom.v6i1.8234>
- SYIFA NURFAJAR. (2024). *KRITIK SOSIAL MELALUI KONTEN INSTAGRAM (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @hambaasahaya666)*.
- Tinggi, S., Ekonomi, I., Banjarmasin, P., Ahmad, J., Km, Y., & Nurriqli, A. (n.d.). *JIEB : JURNAL ILMIAH EKONOMI BISNIS UPAYA PIMPINAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA PENYIAR PADA RADIO SWARA BERSUJUD 89,8 FM*. Retrieved <http://ejournal.stiepancasetia.ac.id/index.php/jieb>Jilid
- Veney, B. (2025, October 6). *2025 Social Media Facts & Stats: Usage, Platforms, and Growth*. BroadbandSearch.
- Wijaya Fadila Ramadona, Fehan Alya Rahmi Lubis, Mhd. Najib Sihab Siregar, & Azmi Ayu Fauziah Batubara. (2025). Sumber Data, Subjek Penelitian, dan Isu Terkait. *JURNAL EDUKATIF*, 272. <https://ejournal.edutechjaya.com/index.php/edukatif>
- Winduwati, S. (n.d.). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Online Shop @ivoree.id dalam Memasarkan Produk*.
- Yuningsih, Y., Rustandi, R., Aulia, B., Hasnatul Fuadah, H., Islam Ramdani, S., Manajemen Haji dan Umrah, P., Dakwah dan Komunikasi, F., Sunan Gunung Djati, U., & Manajemen Dakwah, P. (2023). Analisis Isi Berita Sejarah Ka'bah di Media Massa Serambinews.com. In *MABRUR: Academic Journal of Hajj and Umra* (Vol. 2, Number 1).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN DOKUMENTASI



*Dokumentasi Wawancara Dengan ketua HIMAKOM Priode 2024 –2025,
Rayhan Yosmendika, 25 Februari 2026*



*Dokumentasi Wawancara Dengan Kepala Departemen Multimedia
@Himakom_uinsuska Priode 2024 - 2025, Attila Salsabila, 10 Oktober 2025*



*Dokumentasi Wawancara Dengan Admin Instagram @Himakom_Uinsuska
Priode 2024 – 2025, Muhammad Billal, 14 November 2025*

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Dokumentasi Wawancara dengan Sekertaris Umum Prode 2024 – 2025, Cika Zahira Shofa, 3 Maret 2026



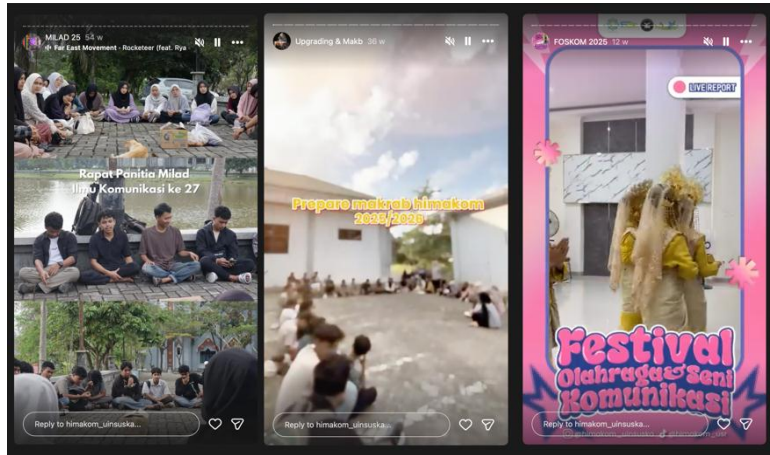
Dokumentasi Wawancara dengan Bendahara Umum Priode 2024 – 2025, Fini Elfioni Azizi, 10 maret 2026



Dokumentasi Wawancara dengan Kepala Departemen Pengendalian Informasi Priode 2024 – 2025, Rien Angelina, 13 Maret 2026

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

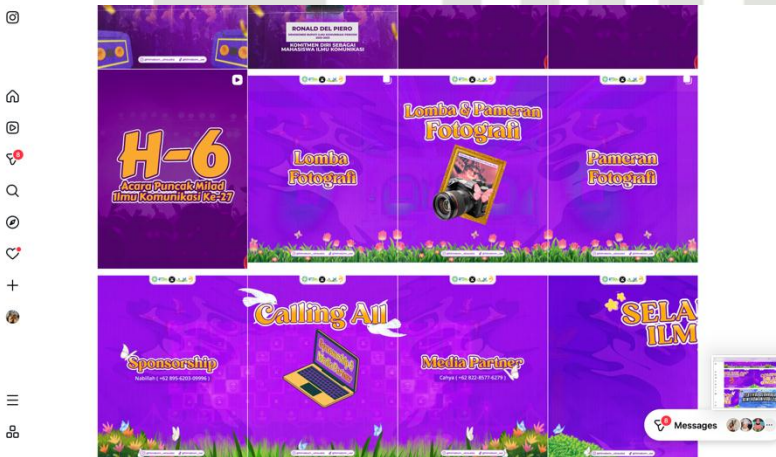
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Dokumentasi highlight Instagram @Himakom_Uinsuska



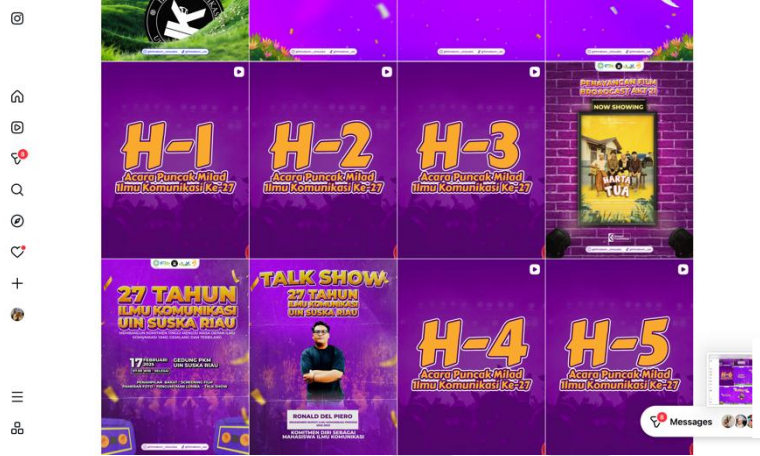
Dokumentasi Postingan Instagram @Himakom_Uinsuska Pada Bulan Januari Tahun 2025



Dokumentasi Postingan Instagram @Himakom_Uinsuska Pada Bulan January Tahun 2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Dokumentasi Postingan Instagram @Himakom_Uinsuska Pada Bulan February Tahun 2025



Dokumentasi Postingan Instagram @Himakom_Uinsuska Pada Bulan Maret-April Tahun 2025



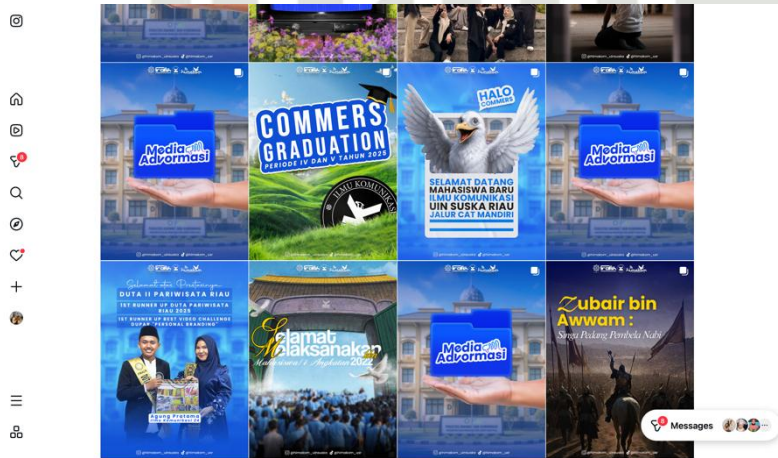
Dokumentasi Postingan Instagram @Himakom_Uinsuska Pada Bulan April-Mei Tahun 2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Dokumentasi Postingan Instagram @Himakom_Uinsuska Pada Bulan Juni-July Tahun 2025



Dokumentasi Postingan Instagram @Himakom_Uinsuska Pada Bulan July Tahun 2025



Dokumentasi Postingan Instagram @Himakom_Uinsuska Pada Bulan July- Agustus Tahun 2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Dokumentasi Postingan Instagram @Himakom_Uinsuska Pada Bulan Agustus Tahun 2025



Dokumentasi Postingan Instagram @Himakom_Uinsuska Pada Bulan Agustus Tahun 2025



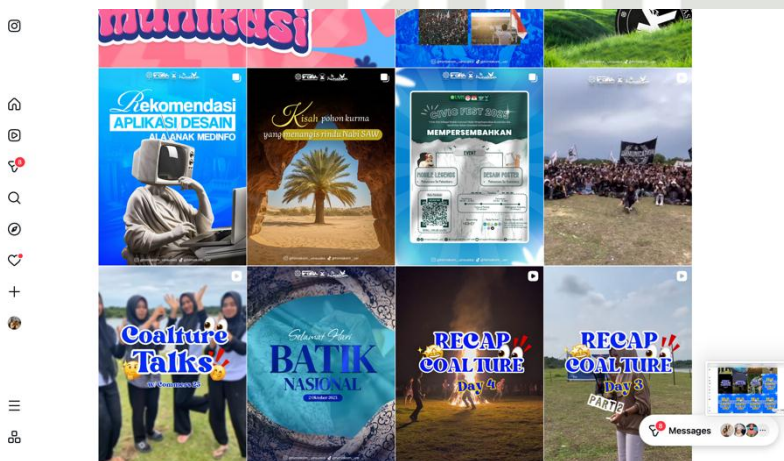
Dokumentasi Postingan Instagram @Himakom_Uinsuska Pada Bulan September Tahun 2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Dokumentasi Postingan Instagram @Himakom_Uinsuska Pada Bulan September Tahun 2025



Dokumentasi Postingan Instagram @Himakom_Uinsuska Pada Bulan September-Oktober Tahun 2025



Dokumentasi Postingan Instagram @Himakom_Uinsuska Pada Bulan Oktober-November Tahun 2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Dokumentasi Postingan Instagram @Himakom_Uinsuska Pada Bulan November Tahun 2025



Dokumentasi Postingan Instagram @Himakom_Uinsuska Pada Bulan November Tahun 2025



Dokumentasi Postingan Instagram @Himakom_Uinsuska Pada Bulan November-Desember Tahun 2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Dokumentasi Postingan Instagram @Himakom_Uinsuska Pada Bulan Desember Tahun 2025



Dokumentasi Postingan Instagram @Himakom_Uinsuska Pada Bulan Desember Tahun 2025